

Adm. Pública

Alejandro Real Gutiérrez

Policía Foral y ciudadanía

Un relato analítico sobre la Policía Foral y su
cuenta en Twitter

TFG/GBL 2014



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Giza eta Gizarte Zientzien Fakultatea

Grado en Sociología Aplicada

Grado en Sociología Aplicada

Trabajo Fin de Grado
Gradu Bukaerako Lana

***Policía Foral y ciudadanía.
Un relato analítico sobre la Policía Foral y su cuenta en
Twitter***

Alejandro Real Gutiérrez

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES
GIZA ETA GIZARTE ZIENTZIEN FAKULTATEA

**UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA
NAFARROAKO UNIBERTSITATE PUBLIKOA**

Estudiante / Ikaslea

Alejandro Real Gutiérrez

Título / Izenburua

Policía Foral y ciudadanía. Un relato analítico sobre la Policía Foral y su cuenta en Twitter

Grado / Gradu

Grado en Sociología Aplicada

Centro / Ikastegia

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales / Giza eta Gizarte Zientzien Fakultatea
Universidad Pública de Navarra / Nafarroako Unibertsitate Publikoa

Director-a / Zuzendaria

Iñaki Lavilla Quílez

Departamento / Saila

Departamento de Sociología Aplicada

Curso académico / Ikasturte akademikoa

2013/2014

Semestre / Seihilekoa

Primavera / Udaberrik

Resumen

En la actualidad, las redes sociales forman parte de la vida cotidiana. Los gobiernos, las administraciones y las instituciones han percibido el gran potencial de éstas y las han sumado a su trabajo diario como herramientas novedosas con el objetivo de ofrecer un mejor servicio al ciudadano. Twitter ha destacado entre las demás redes sociales en cuanto a presencia de cuentas institucionales se refiere.

En este trabajo de fin de grado, se analizan las características propias de la cuenta de Twitter de la Policía Foral y su evolución en un periodo de tiempo delimitado, haciendo uso de aplicaciones informáticas y tablas estadísticas.

Palabras clave: Twitter; revolución social; Web 2.0; Gobierno Abierto; Open data; RISP; Policía Foral

Abstract

At present, social networks are part of everyday life. Governments, administrations and institutions have perceived their great potential and have added them to their daily work as innovative tools in order to provide the citizen a better service. Twitter has highlightd among other social networks in terms of institutional accounts presence.

On this end of degree work, the own characteristics of the Foral police Twitter account and its growth over a defined period of time are analyzed, making use of computer applications and statistical tables.

Keywords: Twitter; social revolution; Web 2.0; Open Government; Open data; RISP; Policía Foral

Indice

1. Planteamiento teórico	1
1.1. Revolución social	1
1.2. Qué es Twitter	3
1.3. Sociedad e Instituciones	9
1.4. Policía Foral	13
2. Supuestos hipotéticos	17
3. Metodología	20
4. Trabajo de campo	25
4.1. Los dos tipos de análisis	26
4.1.1. Análisis seguimiento continuo Excel	27
4.1.2. Análisis Topsy	36
4.1.3. Línea de crecimiento	37
5. Conclusiones	39
Referencias	
Anexos	

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

En este apartado se recogen los siguientes puntos: Revolución Social, qué es Twitter, sociedad e instituciones y Policía Foral

1.1 Revolución social

Entendemos el concepto de revolución social como un conjunto de transformaciones radicales en las interacciones sociales y las relaciones que se producen en una sociedad en un momento determinado que representan una novedad visible y notoria.

Actualmente, en nuestra sociedad, gracias a las tecnologías existentes estamos experimentando una serie de relaciones entre los individuos con un marcado carácter social nunca antes vivido. Las redes sociales de Internet, nos están proporcionando la opción de poder mantener relaciones sociales, íntimas y cercanas incluso sin la necesidad antes exigida de tener que mantener un cierto contacto físico continuado.

Numerosos autores han tratado el tema sobre cómo han cambiado las relaciones sociales y de qué manera la sociedad se ha adaptado a la presencia de esta nueva tecnología. De obligada referencia, entre otros, es el sociólogo Manuel Castells y su obra, *Internet y la Sociedad Red*¹. En esta obra, entre otras muchas ideas, se destaca que Internet es un medio de comunicación que tiene la capacidad de crear nuevas formas de sociedades. Aparece el concepto sociedad red, sociedad que se llega a regir por las nuevas tecnologías, adaptándolas a su vida diaria y cotidiana. Esto se traduce en el nacimiento de nuevas conductas. Todo ello provoca el surgimiento de comunidades virtuales en las que la característica principal definitoria es la sociabilidad existente. Las redes sociales contribuyen a crear esta sociabilidad.

¹ Castells, M. (2000). *La Sociedad Red*. Madrid: Alianza

Las redes sociales hacen que estemos conectados de una forma permanente a otros, a lo que sucede, que vivamos en tiempo real, en directo, sucesos que acontecen, que nos enteremos de inmediato de lo que pasa en el mundo. Si una primera etapa se caracterizó por la enorme cantidad de información disponible relacionada con cualquier tema a tratar, hoy vivimos en un mundo marcado por la existencia de un gran número de relaciones posibles.

Diferentes estudios llevados a cabo desde la década de los noventa hasta la actualidad nos muestran el aumento de sociabilidad que se produce en comunidades, barrios, pueblos, ciudades o países que viven conectados mediante las nuevas tecnologías de información y comunicación.

Podemos destacar un ejemplo clásico² llevado a cabo en Canadá a finales de 1990 para ver los efectos de la participación en comunidades online; cómo influye en los tipos de relaciones interpersonales. En un barrio del país, denominado “Netville” por Hampton y Wellman, instalaron tecnología de banda ancha gratuita en el 60% de las viviendas del barrio. Tras dos años de observación, se recogieron los siguientes resultados que se explican a continuación.

Los vecinos con acceso a tecnología de banda ancha gratuita desarrollaron conexiones más amplias y profundas con sus vecinos también conectados y establecieron vínculos nuevos entre ellos. También se organizaron entre ellos para ejercer la defensa de sus derechos cívicos al protestar contra el promotor de la vivienda ante defectos que presentaban sus viviendas.

Otros estudios posteriores como el llevado a cabo en Londres denominado “*The Online Neighbourhood Networks*”³, o los promovidos por el think tank estadounidense The Pew Research Center en el apartado de “Internet & American Life Project”⁴, muestran también los efectos positivos sobre la población que tienen este tipo de comunicaciones.

² Se pueden ver las conclusiones del estudio en

(http://books.google.es/books?id=4tTtCNrkKkC&pg=PA140&lpg=PA140&dq=estudio+de+Hampton+y+Wellman&source=bl&ots=SxI3mHNekK&sig=yDZmNMbERd7RblZIQM9B3p44y5E&hl=es&sa=X&ei=I3CHU9SUFabEsAS_3YHoBw&ved=0CEoQ6AEwBA#v=onepage&q=estudio%20de%20Hampton%20y%20Wellman&f=false)

³ Se puede ver un resumen del estudio en (<http://networkedneighbourhoods.com/wp-content/uploads/2011/04/Online-Nhood-Networks-4-page-summary-web-rev-1.pdf>)

⁴ Información disponible en <http://www.pewinternet.org/about/>

Dolores Reig, en su libro “*Socionomía*”⁵, propone tres ideas fundamentales actuales por las cuales las personas hoy en día sienten la necesidad de estar en contacto con otros. Destaca tres conceptos:

- a) *Comunidad/afecto*: compartir información en Internet ayuda a encontrar personas con los mismos gustos que nosotros. Nos ponemos en contacto con aquellos que tienen intereses similares.
- b) *Reconocimiento social*: se busca en las redes sociales demostrar nuestro conocimiento acerca de diferentes temas. Queremos que los demás vean que nuestros rasgos o características se diferencian del resto.
- c) *Aprendizaje (social)*: no tiene que ver con la teoría clásica del aprendizaje social derivada del trabajo de Cornell Montgomery (1843-1904), quien establecía que el aprendizaje social tenía lugar en cuatro etapas principales: contacto cercano, imitación de los superiores, comprensión de los conceptos y comportamiento del modelo a seguir. Se refiere a la capacidad aumentada que tienen los usuarios de las redes sociales de poder experimentar un aprendizaje social, entendido como las muchas posibilidades existentes de poder establecer vínculos sociales con personas al otro lado de la pantalla.

1.2 Qué es Twitter

En 1929, el escritor húngaro Frigyes Karinthy, en un cuento llamado “*Chains*”, propuso una teoría conocida como la teoría de “Los seis grados de separación”. Esta teoría afirma que cualquier persona en el mundo puede estar conectada a cualquier otra por medio de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco nodos.

Según esta teoría, cada persona conoce de media a unas cien personas que a su vez conocen a otras tantas. De esta manera podríamos, en cinco pasos,

⁵ Reig, D. (2012). *Socionomía, ¿vas a perderte la revolución social?* Barcelona: Deusto

estar en contacto con cualquier persona del mundo que quisiéramos encontrar, independientemente de su lugar de residencia.

Esta teoría elaborada durante la primera mitad del siglo XX estaba basada únicamente en las relaciones sociales físicas y de correspondencia postal o telefónica, que las personas del momento tenían. Sin embargo, en la actualidad, y gracias al estudio llevado a cabo por la Universidad de Milán en 2011 (<https://www.facebook.com/notes/facebook-data-team/anatomy-of-facebook/10150388519243859>), podemos afirmar que la teoría no solo se cumple sino que se reduce a cuatro con siete nodos. El principal factor motivador de la reducción del número de nodos necesarios es la presencia de las redes sociales en las vidas de las personas

Las redes sociales representan hoy una de las herramientas comunicativas más utilizadas por parte de la población. Forman parte del conjunto de medios sociales, o social media, y no solo constituyen una oportunidad de relación comunicativa entre los individuos sino que ofrecen numerosas posibilidades de actuación en diferentes campos: estrategias de marketing, comunicación política, medios informativos...

Aunque sin duda alguna las redes sociales ofrecen un sinfín de ventajas en otros campos, en este contexto nos interesa centrarnos en el elemento comunicativo. En la actualidad, la crisis y los numerosos escándalos de carácter político han encontrado respuesta en las redes sociales. Ha nacido un lugar donde los ciudadanos se pueden agrupar y manifestar sus puntos de vista y opiniones acerca, además de problemas políticos acontecidos, de los temas más variados y actuales.

Pero la principal ventaja con la que cuentan las redes sociales es la gran capacidad de organización-comunicación que nos ofrecen. Podemos quedar con familiares o amigos, intercambiar información, enviar y recibir mensajes o ponernos en contacto con empresas. Todo esto, de una manera fácil y sencilla, y con una velocidad de respuesta sin igual

Existen diferentes maneras a la hora de clasificar las redes sociales de internet: en base al público al que están dirigidas, la plataforma en la que se encuentran,

el número de usuarios con los que cuentan...Otros autores y expertos del tema, prefieren centrarse en establecer categorías en función de la principal utilidad de las redes sociales. Así, Juan Merodio, profesor en la Universidad de Barcelona y uno de los principales expertos en España en Marketing Digital, Redes Sociales y Web 2.0, en su libro “*Marketing en redes sociales*”⁶, clasifica los tipos de redes sociales en quince categorías:

Tabla 1. Categorías de redes sociales

Redes Sociales	Publicaciones	Fotografías	Audios	Videos
Microblogging	Emisión en Streaming	Videojuegos	Juegos	Aplicaciones de productividad
Agregadores de noticias	RSS	Búsquedas	Móviles	Interpersonales

Fuente: “*Marketing en redes sociales*”

Bajo esta clasificación encuadraríamos Twitter, la red social objeto del estudio, tanto en “red social” como en “microblogging”. Pero pasemos ahora a definir qué es exactamente Twitter, sus orígenes y características.

Twitter es un servicio de mensajería instantánea (microblogging), que sirve para enviar y recibir mensajes breves, que permite a los usuarios de esta red social publicar mensajes cortos que no excedan los 140 caracteres, llamados tuits, en inglés “tweets”, y que se presentan en la página principal del usuario. Estos mensajes publicados pueden ser leídos por otras personas que tengan cuenta en Twitter siempre y cuando nuestra cuenta no la hagamos privada, en cuyo caso nuestros tuits serán leídos por aquellas personas a las que nosotros, en cuanto propietario de la cuenta, demos nuestro consentimiento.

Twitter cuenta con una serie de términos propios que es necesario conocer para poder comprender tanto esta red social como su funcionamiento.

- Tuiteros o “Tweeters”: usuarios de esta red social.

⁶ Merodio, J. (2010). *Marketing en redes sociales. Mensajes de empresa para gente selectiva*. [Disponible en (26/05/2014): <http://www.bubok.es/libro/detalles/191596/Marketing-en-Redes-Sociales-Mensajes-de-empresa-para-gente-selectiva>]

- Publicar: enviar el tweet para que pueda ser leído por otros usuarios.
- Tuit o “Tweet”: mensaje de hasta 140 caracteres que escribimos.
- Retuit o “Retweet”: reenviar un tweet de otra persona.
- Favorito: marcar un tuit como favorito supone confirmar que por un motivo u otro el tuit de alguien ha llamado tu atención.
- Mensaje directo o “Direct Message”: mensaje que se envía a un seguidor de nuestra cuenta y que sólo puede leer él.
- En respuesta a o “In reply to”: responder a un tweet publicado por un usuario.
- Cronología o “Timeline”: historial de todos los tweets publicados por un usuario.
- Seguimiento o “Following”: acto de seguir a otro usuario de Twitter para poder ver sus tweets publicados.
- Devolver el seguimiento o “Follow back”: devolver el seguimiento que un usuario ha hecho de tu cuenta siguiendo la suya.
- Seguidor o “Follower”: persona que sigue a otro usuario.
- Hashtag: etiqueta de Twitter formada por el símbolo almohadilla seguido de una palabra (#deportes). Introduciéndola en el motor de búsqueda de Twitter obtenemos tweets publicados que contienen esa palabra.
- Tema más hablado o “Trending Topic”: tienen su origen en los hashtag y sirven para mostrar los temas que más se están hablando en el momento dentro de Twitter.

Los inicios de Twitter (http://www.cad.com.mx/historia_de_twitter.htm) se remontan al comienzo del año 2006. Jack Dorsey, Biz Stone y Evan Williams intentan crear una red social basada en mensajes breves (SMS). El 21 de Marzo de 2006, Dorsey publica el primer mensaje en una versión de prueba a la que inicialmente se le llamó Twtr. Tres meses más tarde, en Junio, Twtr se abre al público y se le cambia la denominación por Twitter.

La popularidad no le llegaría hasta un año más tarde. En Marzo del 2007, en el festival *South by Southwest*, Twitter gana el premio Web Award en la categoría de “Blog”. A partir de ese momento la red social no ha parado de crecer hasta alcanzar 200 millones de usuarios en el mundo y generando 65 millones de

tuits al día. De entre los factores de crecimiento de Twitter debemos destacar la liberalización de la API (Interfaz de Programación de Aplicaciones) que hizo posible que un gran número de desarrolladores, a través de sus aplicaciones, mejoraran el funcionamiento de Twitter ayudando de esta manera a su posterior crecimiento

La principal característica que presenta esta red social es la constante actualización de sus contenidos. Los usuarios de Twitter van introduciendo nueva información en sus cuentas por medio de tuits o “tweets” que proporcionan a los demás nueva informacione relativa a una variedad de temas interminables. No existen aspectos concretos de los que haya que hablar o comentar y son generalmente temas sociales actuales, deportivos, culturales, políticos, los que focalizan la atención de los usuarios.

Jose Luis Orihuela, doctor en Ciencias de la Información, en su libro “*Mundo Twitter*”⁷, establece una serie de características que determinan el modelo comunicativo de Twitter:

- a) *Asimétrico*: se producen relaciones optativas que no precisan de consentimiento mutuo.
- b) *Breve*: extensión máxima de 140 caracteres por mensaje.
- c) *Descentralizado*: las decisiones de cada usuario definen la arquitectura de la red.
- d) *Global*: disponible en todo el planeta.
- e) *Hipertextual*: los mensajes publicados por los usuarios contienen símbolos como la arroba o la almohadilla que enlazan con otros mensajes.
- f) *Intuitivo*: aplicación basada en la sencillez de uso y simplicidad.
- g) *Multiplataforma*: podemos dar uso a Twitter desde netbooks, tablets, smartphones, ordenadores portátiles, ordenadores de sobremesa...
- h) *Sincrónico*: los tiempos de publicación y lectura vienen marcados por el *timeline* o historial de los tweets publicados por un usuario
- i) *Social*: comunidades y relaciones elegidas por el usuario

⁷ Orihuela, J.L (2011). *Mundo Twitter*. Barcelona: Alianta

- j) *Virar*: red social que facilita la multiplicidad de mensajes y su rápida circulación

En cuanto a la funcionalidad de Twitter, tenemos que decir que no podemos atribuir a esta red social una función o una serie de funciones específicas debido principalmente a la flexibilidad de la misma y a la gran descentralización de las conversaciones de todos los usuarios. Sin embargo Tim O Reilly, fundador de la empresa O'Reilly Media, enfocada a libros de tecnología e informática, y uno de los autores del concepto "Web 2.0", y Sarah Milstein, cofundadora (<http://sarahmilstein.com/>) de Lean Startup Productions, empresa dedicada al asesoramiento tecnológico, y conferenciante sobre aspectos relacionados con el término "Web 2.0", en una de sus obras publicadas en 2009 bajo el nombre de "*The Twitter Book*"⁸, establecen una serie de puntos fuertes de Twitter que giran en torno a diferentes funciones:

- a) "*Compartir experiencias y opiniones*" (Sharing news and commentary)
Los usuarios comparten sus opiniones personales sobre los servicios y productos que consumen.
- b) "*Detector de tendencias*" (Mind Reading). Podemos denominar Twitter como un gran estudio de mercado en tiempo real. Los Trending Topic ofrecen información de valor para periodistas, analistas, sociólogos...
- c) "*Familiaridad ambiental*" (Ambient Intimacy). Concepto creado por Leisa Reichelt, consultora dedicada a la formación de empresas en "UX" o "*user experience*" (experiencia de usuario), término que define la percepción positiva o negativa que un usuario tiene sobre un producto o marca en el que intervienen factores no solo como el diseño gráfico o el diseño de interacción, sino también los sentimientos que nos produce el producto o los valores que nos transmite la marca, para describir la capacidad de mantener contacto íntimo y frecuente con personas de nuestro círculo íntimo. En Twitter, diferentes personas consiguen seguir

⁸ O'Reilly, T.;Milstein. (2009). *The Twitter Book*. [Disponible en (26/05/2014): <http://it-ebooks.info/book/159/>]

manteniendo una relación íntima y cercana con otras que de otra manera sería imposible.

- d) “*Últimas noticias*” (Breaking News). La facilidad que Twitter nos brinda para poder publicar sucesos que vemos provoca que cualquier usuario de la red se convierta en periodista y testigo en primera línea de noticias importantes: revueltas sociales, accidentes, catástrofes... Pudiéndolo contar en directo y anticipándose a los medios de comunicación tradicionales.
- e) “*Canal de negocios*” (Business Conversations). Twitter se ha convertido en un mercado digital en el que marcas y clientes llevan a cabo procesos de compra y venta de productos. Cada vez más grandes marcas se dan cuenta de la importancia que tiene tener presencia en Twitter y llevar a cabo un buen marketing y gestión de la cuenta para aprovechar las facilidades y ventajas que se ofrecen.

Ya lo anticiparon Levine, Christopher Locke, Doc Searls y David Weinberger en 1995 con la publicación de “*El Manifiesto Cluetrain*”⁹, un listado de noventa y cinco colusiones ordenadas que habla sobre los puntos característicos que Internet tiene como nuevo mercado donde las empresas pueden operar, en el que afirmaban que “*los mercados son conversaciones*” y que Internet permite a las empresas tener conversaciones de “*humano a humano*”.

1.3 Sociedad e instituciones

Una de las características que sin duda alguna sobresale de entre todas las que posee la revolución social anteriormente comentada, la “sociedad aumentada” en palabras de Dolores Reig, es la que tiene que ver con el poder interactuar en ellas, no ser un mero espectador y poder participar.

⁹ Levine,R.;Locke,C.;Searls,L.;Weinberger,D.;Jake,M. (1999). *The Cluetrain Manifiesto*. [Disponible en (26/05/2014): <http://www.cluetrain.com/>]

En la Web 2.0, los usuarios ya no se conforman solo con leer información y compartirla. Se ha creado un entorno participativo que empuja a que los autores y lectores se relacionen. Hemos pasado de la Web 1.0, caracterizada por la presencia de información pero la nula interacción con ella a una esfera dinámica. Nos referimos al concepto que Isidro Moreno, doctor en Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid acuñó como “*lectoautor*”¹⁰, como máxima expresión de un lector que es activo y participa en el proceso narrativo. Ellos, necesitan sentirla como propia, experimentar un “*feedback*” continuo de sus acciones y demandas.

Según el creador del término, O'Reilly, la Web 2.0¹¹ se mueve en tres ámbitos fundamentales:

- Comunicación: puesta en común de conocimientos.
- Cooperación: realizar cosas conjuntamente.
- Comunidad: encontrar e integrar comunidades.

Y es en este punto donde entran de lleno las Instituciones Públicas. La participación ciudadana en asuntos políticos y por tanto públicos, el empoderamiento naciente que hoy se vive, ha encontrado un lugar de reunión y de debate dentro del término Web 2.0. Los poderes tradicionales se han visto en la necesidad de justificar algunas de sus decisiones, observando la exigencia cada vez más importante de consenso y aprobación por parte de los ciudadanos.

Su presencia en las redes sociales ha provocado un cambio de mentalidad obligado. Las instituciones, hoy en día, tienen la necesidad imperiosa, y la obligación por otra parte, de perder ese miedo tradicional a ser criticadas. Su apertura social, tan esperada por la ciudadanía, esta nueva relación de los organismos con los ciudadanos, se está llevando a cabo paulatinamente.

¹⁰ En esta obra se encuentra el término y su definición; Moreno, I. (2002). *Musas y nuevas tecnologías. El relato hipermédia*. Barcelona: Ediciones Paidós

¹¹ O'Reilly, Battelle, J. (2009). *What's next for Web 2.0?* [Disponible en (27/05/2014): <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>]

Para consolidar esta nueva relación, es indispensable seguir el camino que delimita el concepto de Gobierno abierto¹² y la filosofía Open Data¹³ y atender de manera primordial los tres puntos principales que defiende la idea de Gobierno abierto: transparencia, colaboración y participación.

Sin embargo, debemos destacar que el término Gobierno abierto (*Open Government*) no es algo nuevo. En un primer momento, fue definido por Richaerd Chapman, profesor emérito de Ciencias Políticas e investigador en la Universidad de Durham (Reino Unido) y Michael Hunt, profesor titular de Administración Pública de la Universidad Sheffield Hallam, en su obra: “*Open Government in a Theoretical and Practical Context*”,¹⁴ como una cuestión relativa a las cuestiones relacionadas con el secreto de gobierno e iniciativas para “abrir las ventanas” del sector público hacia el escrutinio ciudadano para conseguir disminuir la opacidad burocrática.

Con el paso de los años el término fue mutando y terminó por definir, según Alvaro Ramirez Alujas, fundador, profesor y coordinador del Grupo de Investigación en Gobierno, Administración y Políticas Públicas (GIGAPP), del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset, la capacidad que los ciudadanos tienen en una democracia para sostener un Gobierno plenamente responsable por sus acciones y para evaluar las medidas que adopta.

Hoy en día, para Ramirez Alujas, el concepto de Gobierno Abierto es mucho más complejo y rico que la definición existentes años atrás. Del texto¹⁵ que

¹² Información disponible en <http://www.opengovpartnership.org/about/open-government-declaration>

¹³ Explicación del término en http://issuu.com/orsicyl/docs/open_government_10_ideas_para_hacer_tu_ayuntamien?e=1539742/2589145

¹⁴ Chapman.R.;Hunt.M (2006). *Open government in a Theoretical and Practical Context*. [Disponible parcialmente en (27/05/2014): http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ko4yOw-O90UC&oi=fnd&pg=PR7&dq=chapman+and+hunt+open+government&ots=kOOmDoUViC&sig=8biYAYdL8Z7E8kyEDo_aWSmPhGM#v=onepage&q=chapman%20and%20hunt%20open%20government&f=false]

¹⁵ Ramirez.A (2011). *Gobierno abierto y modernización de la gestión pública: tendencias actuales y el (inevitable) camino que viene. Reflexiones seminales*. [Disponible en (27/05/2014): http://www.academia.edu/1196454/Gobierno_abierto_y_modernizacion_de_la_gestion_publica._Tendencias_actuales_y_el_inevitable_camino_que_viene._Reflexiones_seminales]

recoge su ponencia en el X Congreso de la Asociación Española de Ciencia Política y Administración (AECPA), podemos extraer varias ideas de interés para este trabajo.

- El concepto de Gobierno Abierto no es sólo centrarse en la e-administración. Se deben llevar a cabo dentro de la administración cambios radicales en los modelos de cultura organizativa y gestión.
- Hay que repensar los gobiernos y las administraciones con el objetivo de crear democracias participativas y sanas.
- Es necesario entablar una conversación con los ciudadanos. Si los ciudadanos preguntan, la administración debe responder. Se persigue una colaboración continua.
- La OCDE¹⁶ (<http://www.oecd.org/centrodemexico/inicio/>) destaca ciertos beneficios que la implantación del concepto puede traer consigo:
 - a) Establecer mayor confianza en el gobierno.
 - b) Garantizar mejores resultados con menor coste.
 - c) Altos niveles de cumplimiento.
 - d) Acceso a la formulación de políticas públicas.
 - e) Incentivar innovación y nuevas actividades económicas.
 - f) Aprovechamiento de los conocimientos de los ciudadanos.

En cuanto al concepto “Open data”, podemos definirlo como una filosofía práctica basada en la publicación de ciertos datos e informaciones pertenecientes a las Administraciones Públicas. Se persigue que la información generada por la Administración sea compartida y utilizada al máximo por los ciudadanos con el objetivo de conseguir un beneficio para todos. Comenzó con el proyecto “data.gov”¹⁷ en Estados Unidos y se fue extendiendo por diferentes países: Canadá, Reino Unido, Suecia, Australia, España...

¹⁶ Información disponible sobre la OCDE; (<http://www.oecd.org/centrodemexico/inicio/>)

¹⁷ Explicación término en <http://www.data.gov/>

La principal razón por la que los datos e informaciones de la Administración Pública comienzan a ser publicados¹⁸ tiene que ver con la expansión de las ideas que el Gobierno abierto promulga, necesarias en un momento de descontento general por parte de la población.

Dentro de esta filosofía, surge el denominado RISP, Reutilización de la Información del Sector Público, que promulga que las informaciones generadas no tengan un solo uso y sean aprovechadas por sectores de la población interesados. Así, los datos obtenidos de los diversos estudios que se realizan pueden ser utilizados por ejemplo en universidades para resolver casos prácticos y reales.

Las tres características principales por las que estos datos e informaciones pueden ser de nuevo utilizados tienen que ver con su calidad, su fiabilidad y porque son completos.

La manera en la que las instituciones se ajusten a los puntos marcados por los expertos para constituir el denominado Gobierno abierto y actuar bajo la filosofía del open data determinará, además de los principios que ambos conceptos recogen, el grado de participación con el que los ciudadanos cuenten a la hora de interactuar con las informaciones institucionales publicadas en los sitios web correspondientes.

1.4 Policía Foral

Podemos entender la policía como una fuerza de seguridad encargada tanto de mantener la seguridad, en el más amplio sentido del término, de los ciudadanos como el orden público. Dentro del concepto de policía, existen diferentes acepciones tales como: la policía como poder, la policía como servicio, la policía como norma, la policía como función...

De igual manera, el concepto policía no ha sido entendido de igual manera a lo largo de la historia. Durante el periodo helenístico, se entendía la policía como

¹⁸ Ejemplo Open Data en <http://www.gobiernoabierto.navarra.es/es/open-data/que-es-open-data/open-data-y-risp>

a los gobernantes del Estado. En la Edad Media, se le concedió al término una acepción diferente y se le encargó el orden de la sociedad civil, dejando el religioso en manos de la Iglesia. En la actualidad, la definición del término es prácticamente idéntica en la mayoría de los países del mundo.

En España, existen tres niveles administrativos y policiales (nacional, autonómico y local), que posibilita que cada Administración territorial pueda tener un cuerpo de seguridad. El artículo¹⁹ 2 de la ley Orgánica 2/1986, afirma que son Fuerzas y Cuerpos de Seguridad:

- Las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado dependientes del Gobierno de la nación.
- Los Cuerpos de Policía dependientes de las Comunidades Autónomas.
- Los Cuerpos de Policía dependientes de las Corporaciones Locales.

De esta manera, España cuenta a nivel nacional con el Cuerpo Nacional de Policía y con la Guardia Civil, y a nivel local con la Policía Municipal, también conocida dependiendo de la zona como Guardia Urbana o Policía Local. Cuatro comunidades autónomas tienen cuerpos policiales dependientes del gobierno de las mismas: Ertzaintza en el País Vasco, la Policía Canaria en Canarias, Mozos de Escuadra en Cataluña y la Policía Foral en Navarra

En Navarra, los orígenes de la Policía Foral datan de 1928 cuando la Diputación Foral de Navarra constituye el Cuerpo de Policías de Carretera cuyo objetivo era el de “atender a la policía de las carreteras, vigilar la circulación e inspeccionar los impuestos provinciales dentro de las mismas”

En 1963, se llevaron a cabo ciertos cambios dentro de la Diputación. Entre ellos el de elaborar un proyecto de reorganización del Cuerpo de Policías de Carretera aprobado el 4 de Diciembre 1964. Los principales puntos de este acuerdo fueron:

- a) El Cuerpo de Policías de Carretera pasa a denominarse Policía Foral de Navarra.
- b) Pasa a depender directamente del Vicepresidente.

¹⁹ Disponible en (http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo2-1986.t1.html#a2)

c) Amplia sus funciones en el siguiente sentido:

- En colaboración con la Guardia Civil, ordenación del tráfico y transporte.
- Asegurar el cumplimiento de las disposiciones jurisdiccionales de la Diputación.
- Cooperación con las autoridades locales y otras fuerzas de seguridad y labores de policía administrativa.
- Ayuda a la población en situaciones de emergencia.

En 1979, la Policía Foral pasa a custodiar edificios oficiales de la Diputación y un año más tarde a escoltar a diferentes autoridades. En 1986, asumida la competencia en esta materia, se controla el juego y las actividades recreativas y espectáculos públicos. En 1987 se cambia la imagen de la Policía Foral. Los uniformes grises son sustituidos por uniformes rojos, color representativo de la Comunidad Foral de Navarra, y se mejoran los medios materiales del cuerpo.

En 1990 se crea la Brigada de Medio Ambiente con el objetivo de proteger los espacios y recursos naturales del medio ambiente. En 1997 se realizan funciones de policía judicial investigando hechos delictivos dentro del territorio navarro y un año más tarde se crea el CMC, centro de mando y coordinación, articulado para gestionar los propios recursos humanos y materiales ante diferentes demandas.

En 2001, la Brigada Central de Intervención (BCI) comienza a operar, siendo la vigilancia de espacios públicos y el control y ordenamiento de manifestaciones sus labores. Un año más tarde se inicia el despliegue territorial de la Policía Foral añadiendo comisarias en Tudela, Alsasua, Elizondo, Estella, Pamplona, Sangüesa y Tafalla.

En 2005 se crea el GIE con el objetivo de llevar a cabo labores policiales de especial riesgo. En la actualidad, la Policía Foral de Navarra cuenta con más de 1090 agentes y se espera llegar a 2000.

En cuanto a las funciones, recogidas en el artículo²⁰ 9 de la Ley Foral 8/2007, de 23 de Marzo, de Policías de Navarra, se incluyen las siguientes:

1. Garantizar la seguridad ciudadana y el pacífico ejercicio de los derechos y libertades públicas y la protección de personas y bienes.
2. Velar por el cumplimiento de las leyes y demás disposiciones generales aplicables en las materias de la competencia de la Comunidad Foral, así como de los actos emanados de los órganos institucionales de la Comunidad Foral de Navarra, mediante las actividades de inspección, denuncia y ejecución forzosa.
3. Velar por la protección y seguridad de las autoridades de la Comunidad Foral.
4. Velar por la protección y seguridad de las personas, edificios e instalaciones dependientes de las instituciones de la Comunidad Foral de Navarra y sus entes instrumentales.
5. Garantizar el normal funcionamiento de los servicios públicos esenciales cuya competencia corresponda a la Comunidad Foral de Navarra.
6. La ordenación del tráfico dentro del territorio de la Comunidad Foral de Navarra, conforme a los convenios de delimitación de competencias en la materia concluidos con el Estado y vigentes en cada momento, salvo que correspondan legalmente a las Policías Locales.
7. La actuación e inspección en materia de transportes, de conformidad con lo dispuesto en la legislación vigente.
8. Mantener y, en su caso, restablecer el orden y la seguridad ciudadana mediante las intervenciones que sean precisas, y, en particular, vigilar los espacios públicos, proteger y ordenar las manifestaciones y mantener el orden en grandes concentraciones.
9. La protección y el auxilio de personas y bienes, especialmente en los casos de accidente y de emergencia, según las disposiciones y, en su caso, planes de protección civil.
10. Instruir atestados por accidentes de circulación, en el ámbito funcional del número 6.

²⁰ Disponible en (<http://www.lexnavarra.navarra.es/detalle.asp?r=5633>)

-
11. La prevención de actos delictivos y la realización de las diligencias necesarias para evitar su comisión.
 12. Policía judicial, en los casos y formas que señalen las leyes.
 13. La cooperación y colaboración con otras Fuerzas y Cuerpos de Seguridad en los casos previstos en las leyes.
 14. Policía judicial, en los casos y en las formas que señalen las leyes.
 15. La colaboración con todas las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad en la recogida, tratamiento y suministro recíproco de información de interés policial.
 16. La inspección de las empresas de seguridad privada que actúen en el territorio de la Comunidad Foral de Navarra, así como el control de sus servicios y actuaciones de los medios y personal a su cargo, en los términos establecidos en la actual legislación vigente.
 17. La cooperación a la resolución amistosa de los conflictos privados cuando sean requeridos para ello.
 18. Cualesquiera otras que le atribuyan las leyes y, en concreto, las que éstas encomienden a los Cuerpos de Seguridad de las Comunidades Autónomas.

2. SUPUESTOS HIPOTÉTICOS

Exponemos a continuación diversos casos hipotéticos que por parte de la Policía Foral pueden darse de la utilización de Twitter

En primer lugar, podemos llegar a suponer que la cuenta en Twitter de la Policía Foral puede llegar a permitir un mayor acercamiento al ciudadano. Si bien es cierto que es una hipótesis difícil de verificar, la presencia hoy en día de instituciones en redes sociales es entendida por el ciudadano como un signo de proximidad a la realidad social y al momento en el que se vive. No debemos olvidar que el acercamiento al ciudadano dependerá de otros factores como la manera en que se lleve la cuenta, el tipo de información a publicar o la aceptación que el seguidor tenga de ella. Pero sin duda, el hecho de que un cuerpo policial, en este caso la Policía Foral, disponga de cuenta en Twitter

muestra una cierta inclinación a la apertura, un mayor servicio a la comunidad, una mayor transmisión de información, una mayor proximidad con el seguidor-ciudadano...

En segundo lugar planteamos la posibilidad de que la cuenta de Twitter de la Policía Foral puede llegar a consolidarse como herramienta fundamental de transmisión de información tanto del policía al ciudadano como del ciudadano al policía, posibilitando de esta manera el poder ofrecer un mejor servicio público.

Las redes sociales se han convertido en canales informativos donde el ciudadano puede obtener información al instante y actualizada de sucesos acontecidos. Las instituciones públicas se han percatado de ello y han comenzado a explotar esta nueva oportunidad de transmisión de información. Así, la Policía Foral podrá disponer de una herramienta que aunque novedosa, se terminará convirtiendo en fundamental debido principalmente al gran poder de llegada que Twitter tiene. Debemos recordar que entre otros aspectos, esta red social no solo permite la publicación de información sino también la recepción de esta. Será importante, por parte de las personas encargadas de gestionarla, recalcar este aspecto con el fin de poder aprovecharse de ciertas informaciones. La profesionalidad con la que la cuenta sea tratada será un factor decisivo a la hora de medir si realmente la cuenta en Twitter se ha llegado a convertir en una herramienta de transmisión de información indispensable.

De la utilización específica de la cuenta y relacionado con aspectos técnicos de la misma, exponemos cuatro supuestos. En primer lugar un mayor volumen de interacción en la cuenta, ira seguido de un mayor grado de profesionalidad e implicación para poder ser llevada.

Una cuenta de Twitter perteneciente a un organismo público requiere de cierta profesionalidad para ser gestionada. Se deben cuidar ciertos aspectos que en una cuenta personal no importan tanto como: la buena escritura, la claridad en los tuits publicados, el no posicionamiento en tema de opinión pública, la ausencia total de faltas ortográficas, los enlaces a páginas seguras, la publicación de ciertas fotografías, el uso de información perteneciente a otra

página u organismo, la repetición en la publicación de información, las menciones a seguidores de la cuenta, la ambigüedad informativa... Todo ello ira teniendo un grado de dificultad mayor cuanto mayor sea la actividad de la cuenta. Irá ligado a un aumento del número de seguidores de esta.

En segundo lugar se piensa que los seguidores de la cuenta serán en su mayoría hombres. Tradicionalmente y por diversas causas, los temas policiales han sido seguidos más por parte de los hombres que de las mujeres. En nuestra opinión, y aunque en la cuenta se vaya a publicar información interesante y que nos afecta a todos los ciudadanos independientemente del género, una gran mayoría de los seguidores de la cuenta pertenecerán al género masculino.

En tercer lugar, el lenguaje empleado en la transmisión de información será un factor fundamental en la construcción de la identidad de la cuenta. La mayoría de las cuentas notorias pertenecientes a diferentes campos: ciencia, deportes, cultura, política, periodismo... poseen rasgos característicos que las diferencian de otras de su misma esfera y que hacen que puedan ser identificadas y reconocidas simplemente leyendo un tuit suyo. En la construcción de la identidad de las cuentas intervienen varios factores, pero sin duda el de mayor peso es el relacionado con el lenguaje empleado. Se tiene que recalcar aquí la importancia que tiene el saber donde se está. Decir con ello que hay que adaptarse a las reglas de juego presentes y si por algo destaca Twitter es por el uso de un lenguaje sencillo, ameno, atractivo y con enganche. Un lenguaje de marcado carácter institucional no ayudará a que la información llegue a los seguidores. La limitación en la escritura de palabras en un tuit hace que el lector busque en esos caracteres elementos atractivos que no solo inviten a seguir leyendo el tuit sino que ayuden a que de un simple vistazo, la información publicada sea recibida, asimilada y entendida. De esta manera, será un error caer en la utilización de un lenguaje tradicional institucional puesto que ayudará a crear una imagen de la cuenta un tanto tradicional, plana, monótona, aburrida y sin color.

3. METODOLOGÍA

Con el objetivo de llevar a cabo un análisis riguroso que proporcionara información suficiente y de calidad, la investigación realizada se ha apoyado en tres herramientas metodológicas: la observación, el análisis de texto, y la explotación de los datos mediante aplicaciones informáticas. La razón por la que se eligió estas técnicas e instrumentos de recolección de datos se debió principalmente a dos factores. Por un lado, obtener información diaria, y por otro, la información que nos iban suministrando diariamente generaba datos suficientes para la elaboración de tablas estadísticas que ayudaban a ir organizando la información recogida.

La observación fue la primera metodología empleada. Consistió en observar la cuenta de Twitter de la Policía Foral durante un periodo de doce días (13 Septiembre-25 Septiembre de 2013) Resultó indispensable para el trabajo de investigación posterior ya que ayudó a conocer el objeto de análisis en profundidad. Datos como el número de personas a las que seguía la cuenta, el número de seguidores, si existía un patrón horario de publicación de tuits, la tipología del seguidor de la cuenta de la Policía Foral, el vocabulario empleado en la publicación de tuits, la información que se proporcionaba desde la cuenta, el carácter de la cuenta, entendiendo por este las características que definían el Twitter de este cuerpo policial, el número de tuits publicados por día, el volumen de interacción con los seguidores, las menciones de los seguidores, el tipo de preguntas que el seguidor realizaba, los temas que más interacciones generaban.... Se iban anotando para analizar la evolución

El análisis de texto fue la segunda metodología empleada. Dos fueron los textos principales trabajados: El Protocolo de Comunicación de la Policía Foral y la Memoria de la Policía Foral. El Protocolo de Comunicación establece, en uno de sus puntos, quienes son los responsables de llevar la cuenta de Twitter y la información a ofrecer. De ese modo se pudo conocer la estructura orgánica responsable de la cuenta y la información que se podía publicar. Por otro lado, la Memoria ayudó mas a conocer datos referentes a la actividad policial de años anteriores que a proporcionarnos información necesaria o relevante para la labor investigadora. Esto se debió a que en la Memoria no se

recogía ningún dato sobre la cuenta de Twitter del cuerpo por la simple razón de que esta cuenta había sido creada posteriormente a la finalización de la Memoria de la que disponíamos

Se trabajó también con el soporte aplicaciones informáticas. Éstas proporcionaron una información sobre la cuenta de Twitter de la Policía Foral que de otra manera hubiera sido imposible conseguir. Cuatro fueron las aplicaciones utilizadas: Topsy, Twitonomy , SumAll y HootSuite.

En cuanto a Topsy, esta aplicación era utilizada para conocer las menciones que diferentes usuarios de Twitter hacían de la Policía Foral y a qué temas correspondían esas menciones. Debido a que en muchas ocasiones, los usuarios al querer referirse a la Policía Foral no la mencionaban previamente con el arroba delante, es decir, “@PoliciaForal”, estas menciones no hubieran sido leídas (si un usuario de Twitter no quiere que al hablar de otro éste se entere, basta con no poner el símbolo arroba delante del sujeto del que se está hablando). La aplicación ofrece esa posibilidad, poder leer todos los tuits de los usuarios que escriben “Policía Foral”.

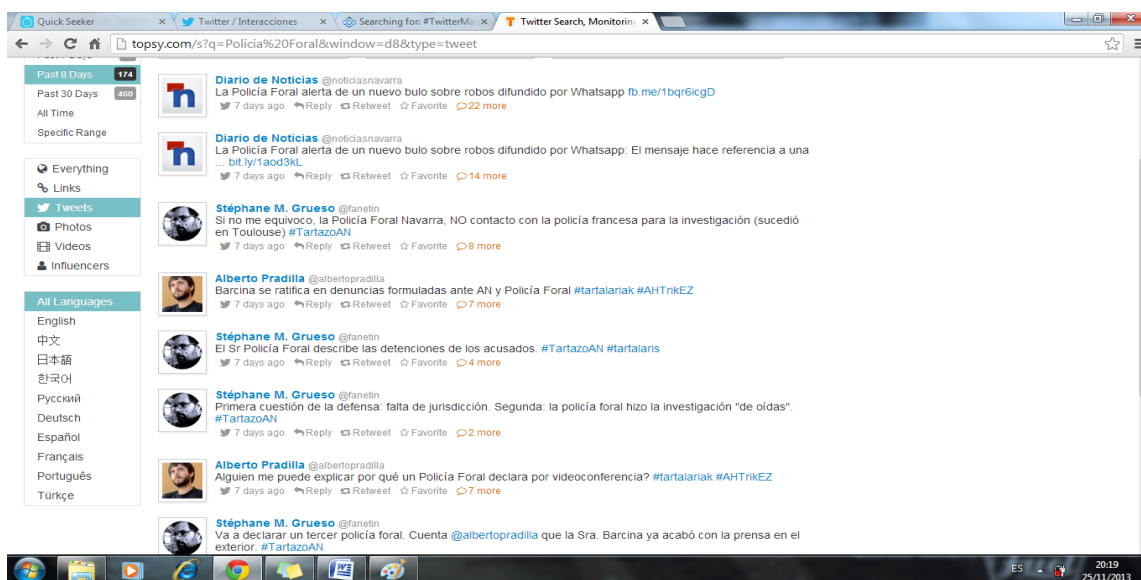


Figura 1. Capturas de pantalla aplicación informática Topsy

Tweets per day: Policia Foral, Ertzaintza, and Policía Nacional

October 26th — November 25th

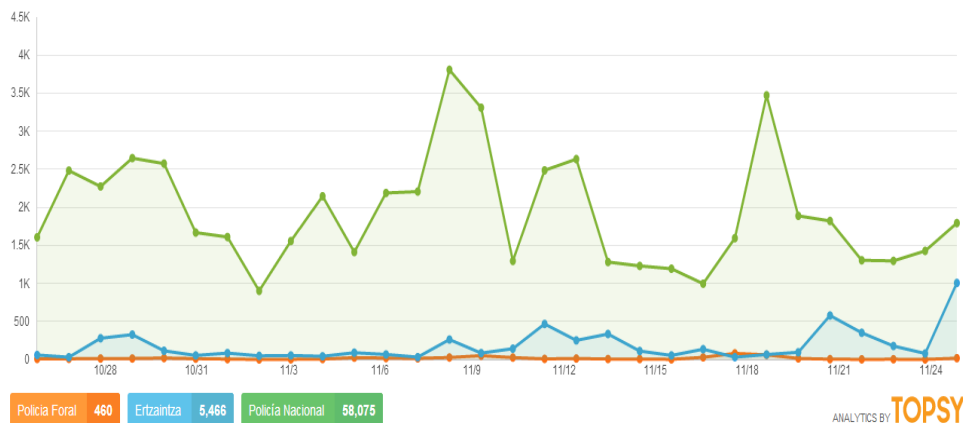


Figura 2. Capturas de pantalla aplicación informática Topsy

Otra aplicación utilizada fue Twitonomy. La gran cantidad de datos que ofrece esta aplicación ayudó a observar la evolución que la cuenta iba teniendo. Entre otra información muestra: el número de tuits desde que se abrió la cuenta, los retuits que los usuarios realizan, las respuestas que se realizan, el número de favoritos que desde la cuenta se hace y que los usuarios hacen, los tuits con mas impactos creados desde la cuenta como los mas retuiteados o los que tienen el mayor número de favoritos, la evolución del número de seguidores, diferentes gráficas de evolución, los usuarios con los que más tuits intercambiamos, los hashtags mas utilizados...

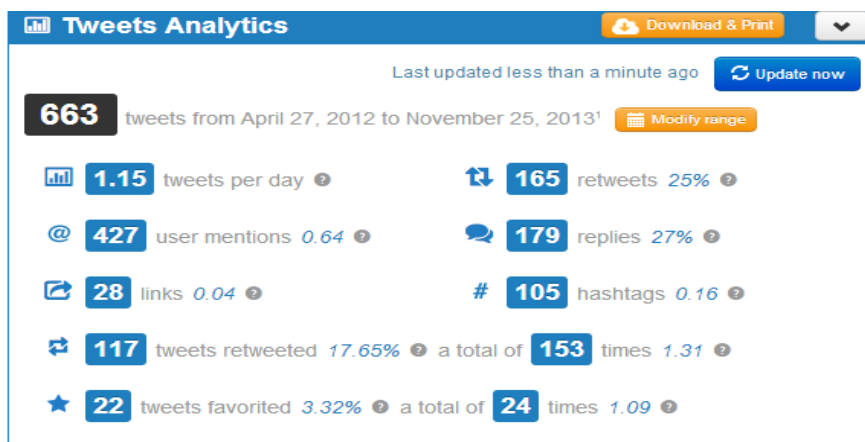


Figura 3. Capturas de pantalla aplicación informática Twitonomy

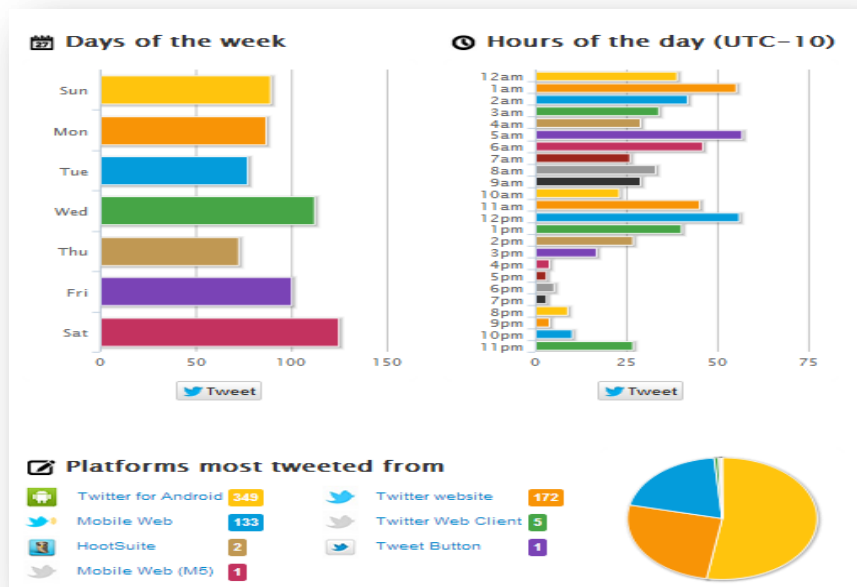


Figura 4. Capturas de pantalla aplicación informática Twitonomy

Por otro lado SumAll, proporciona información comparativa: se puede comparar mediante gráficos la evolución del número de nuestros tuits, la evolución del número de seguidores, del número de personas a los que la cuenta sigue, las respuestas y los retuits. Los diferentes intervalos de tiempo que se pueden indicar para ver la evolución de lo citado reflejan los diferentes niveles de evolución que se iban produciendo, observando así ciertos periodos de “estancamiento” e intentando averiguar las causas de los mismos. Otra herramienta utilizada desde esta aplicación como uno de los indicadores de crecimiento fue el denominado “Retweet and Mention Reach”. Permite obtener información del peso que tienen nuestros retuits, en el caso de “Retweet Reach”, y lo mismo con las menciones en el caso de “Mention Reach”.

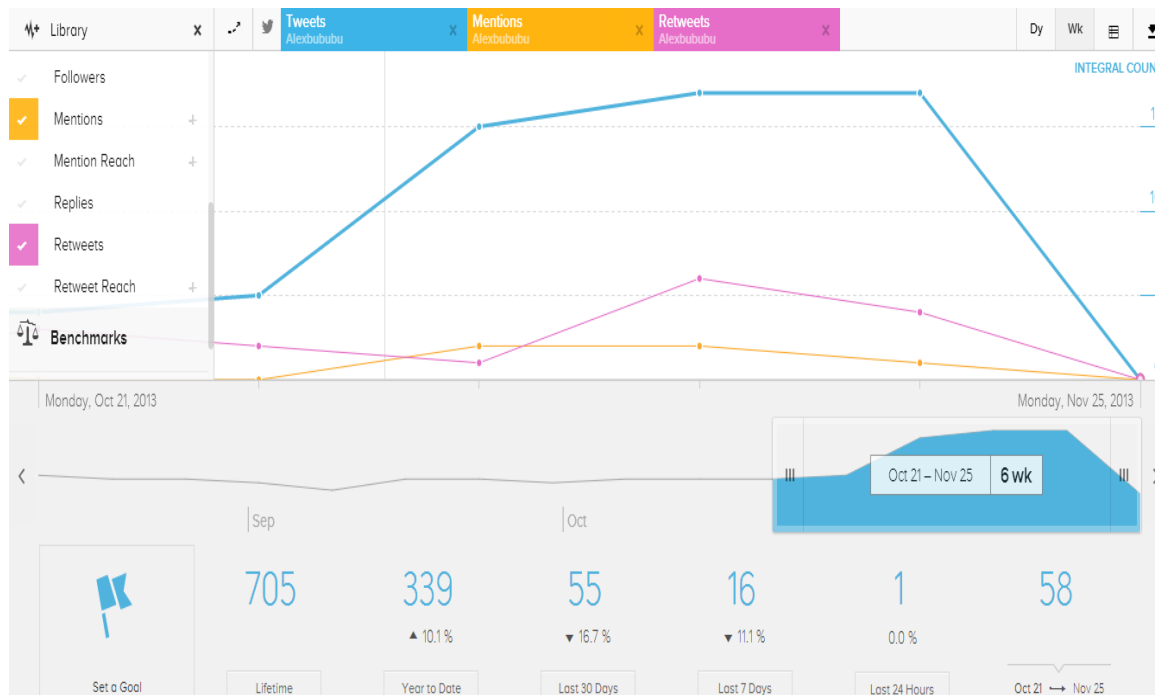


Figura 5. Captura de pantalla aplicación informática SumAll

Y por último con HootSuite puede introducir tuits programados sin falta de estar delante de la pantalla. Ayudó a analizar el impacto que la introducción de tuits en diferentes franjas horaria tenía así como ocupar espacios “muertos” de la cuenta. (Los espacios muertos son zonas horarias que debido a diversos motivos: no presencia en una hora en concreto de la persona encargada de la publicación de tuits o falta de información a publicar, no generan ninguna actividad en la cuenta).

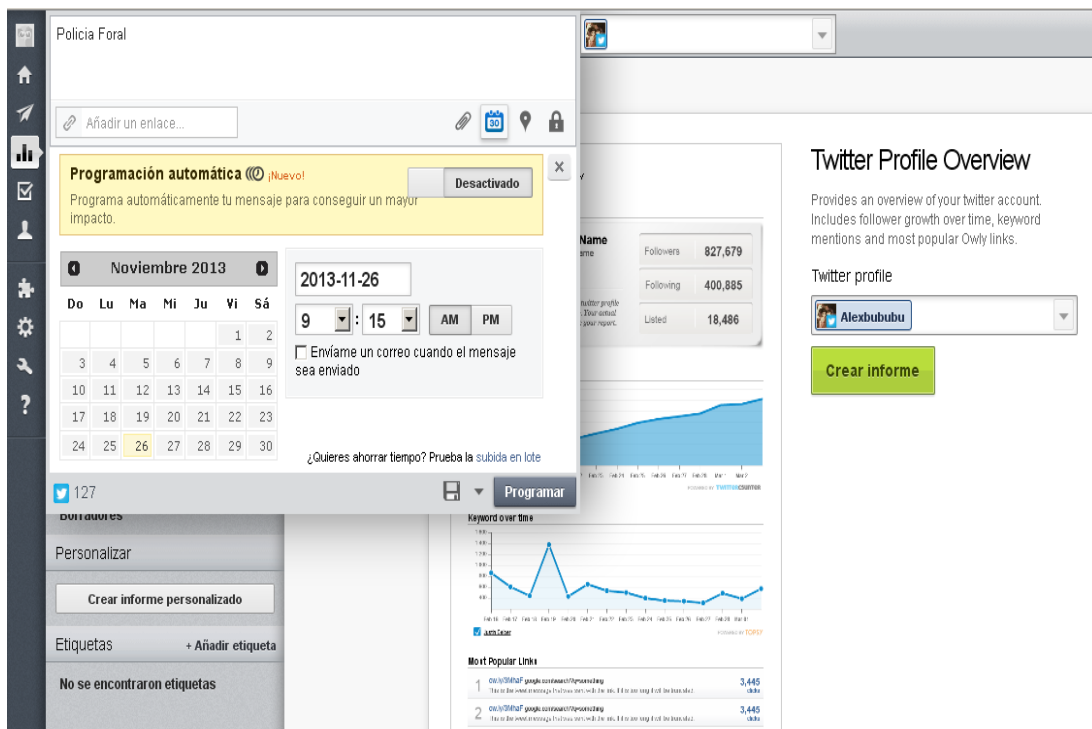


Figura 6. Captura de pantalla aplicación informática HootSuite

4. TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de investigación realizado a lo largo de tres meses tiene dos partes a destacar. Por un lado, la construcción de dos tipos de análisis diferentes con la construcción de los gráficos y por otro la creación de una línea de crecimiento introducida en la cuenta de Twitter.

La recogida de datos se llevó a cabo utilizando diferentes herramientas metodológicas como fueron la observación, el análisis de textos, el uso de diferentes aplicaciones informáticas y la elaboración de tablas estadísticas. La creación de la línea de crecimiento fue llevada a cabo conforme se producía la recogida de datos. Del proceso de recogida, se fueron extrayendo ciertas conclusiones que llevaban a elaborar puntos a seguir que posteriormente eran introducidos en la gestión de la cuenta.

4.1 Los dos tipos de análisis: “Análisis de seguimiento continuo Excel” y “Análisis Topsy”

El proceso de recogida de datos fue constante comenzando el día 13 de Septiembre con el periodo de observación y terminando el día 29 de Noviembre con el análisis Topsy que a continuación se exponen.

Dentro del proceso de recogida de datos realizamos dos análisis diferentes de diversa naturaleza. Por un lado, el análisis de seguimiento continuo Excel unido a la elaboración de las tablas estadísticas y por otro el análisis Topsy. (Ambos pueden ser consultados en el anexo del trabajo)

4.1.1 Análisis de seguimiento continuo Excel

El análisis transcurrió del 4 de Octubre al 19 de Noviembre de 2013. El horario de estudio comenzaba a las 9:00 de la mañana y terminaba a las 23:00. La función principal del análisis era la de obtener suficiente información como para poder establecer un patrón de comportamiento de la cuenta y obtener datos necesarios para la elaboración de las tablas estadísticas. El nombre del análisis se debe a la plataforma sobre la que se realizó.

La idea inicial era que este análisis terminase el 20 de Diciembre sin embargo, conforme se iba elaborando, se observó que ciertos días era imposible realizar el análisis debido a la cantidad de interacciones que se iban produciendo. Si bien al principio, debido a la falta de interacción, resultó sencillo realizar el análisis, pasado un tiempo se convirtió en una tarea imposible. Las interacciones fueron continuas por lo que requerían estar anotándolas segundo a segundo.

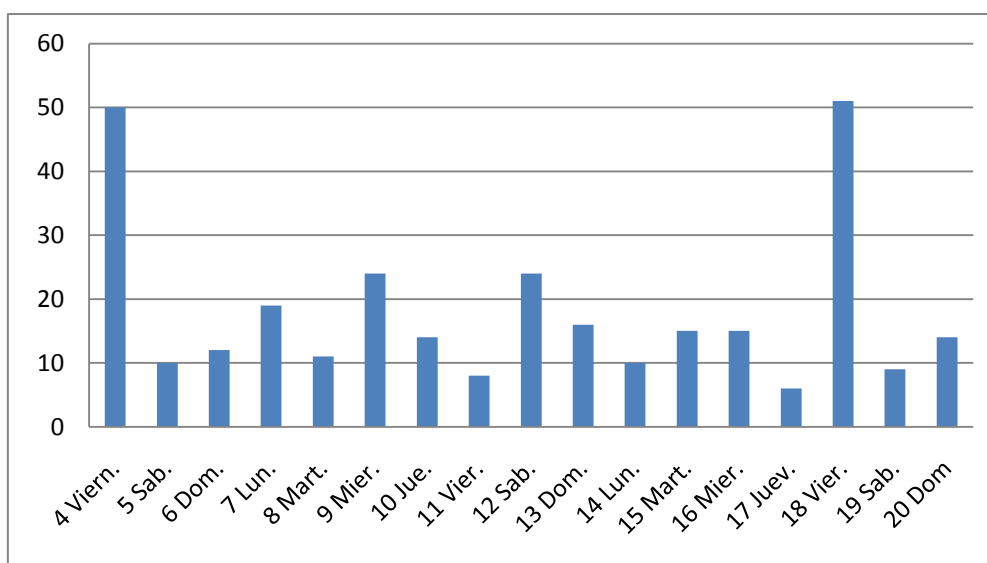
En este punto hay que destacar que si bien hay aplicaciones informáticas que proporcionan información similar, el coste económico que genera no era para nada asumible. La información que pude llegar a obtener utilizando ciertas aplicaciones mencionadas era la que ofrecían de manera gratuita. El coste de las aplicaciones importantes para la gestión profesional de cuentas en redes sociales puede oscilar entre trescientos y seiscientos euros al año.

De este primer análisis se obtuvieron los datos necesarios para la construcción de la “Tabla de resultados” en la que mediante los gráficos efectuados se van mostrando la evolución de la cuenta de Twitter.

Se refleja el número de interacciones por día, el número de interacciones por franja horaria (de 9 a 14, de 14 a 19 y de 19 a 23), interacciones en cuanto a sexo y el porcentaje de interacción por tema. Estos análisis están divididos en periodos de 16 días pero resultó imposible la elaboración del tercer periodo debido a, como he comentado anteriormente, el aumento de actividad e interacción en la cuenta.

A continuación se pasa a explicar los diferentes gráficos. El primer gráfico recoge las interacciones sucedidas entre el día cuatro de octubre y el veinte de octubre, es decir, el primer periodo de dieciséis días de estudio. Recordemos que por interacción entendemos todos los tuits, retuits, menciones, favoritos y respuestas que se producen a lo largo de un día independientemente de si se producen de la cuenta de Twitter de la Policía Foral al exterior o del exterior a la cuenta. Es decir, una mención será contada igualmente si esa mención es producida por un seguidor mencionando a la Policía Foral que si la Policía Foral menciona a un seguidor.

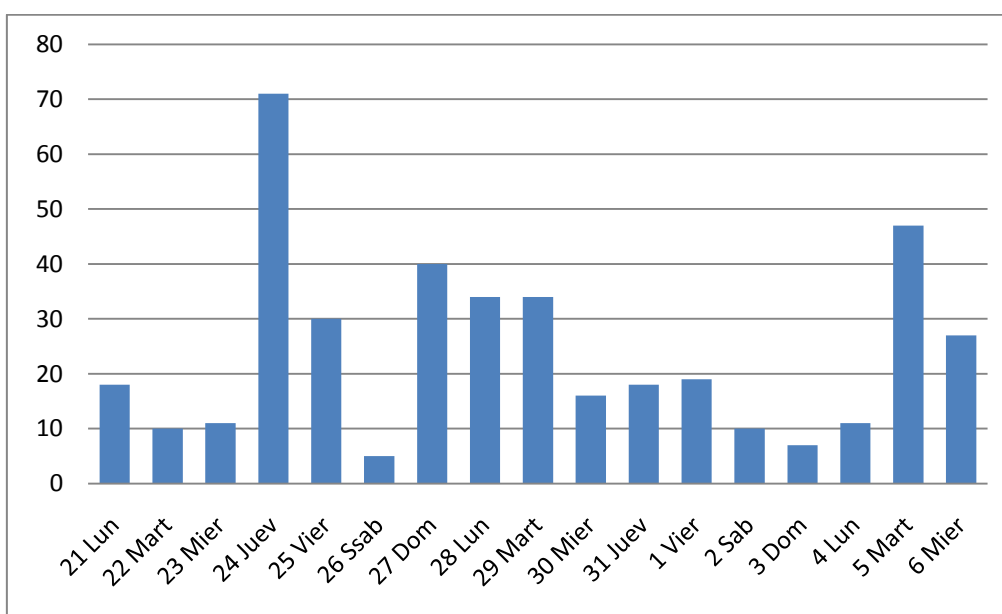
Tabla 1. Interacciones por día en números absolutos del 4/10/13 al 20/10/13.



Fuente: Elaboración propia (2013)

En el eje de abscisas se anotan los días del periodo mientras que en el de ordenadas las interacciones producidas por día. Si sumamos el total de interacciones nos da un valor de 308 interacciones en el primer periodo de estudio. Podemos ver cómo son los viernes los días en los que mayor interacción se produce aunque debemos de tener en cuenta que en este periodo existen tres viernes. Aún así, el día con mayor actividad recogida fue el 18 de Octubre con 51 interacciones. Los tres viernes recogidos representan el 35,27 % del total de la actividad.

Tabla 1.2. Interacciones por día en números absolutos del 21/10/13 al 06/11/13



Fuente: Elaboración propia (2013)

En este segundo periodo de estudio podemos observar cómo el número de interacciones ha crecido en un 32,3% respecto al primer periodo. Se ha pasado de contar con 309 a 408 interacciones. Observamos que el jueves 24 de octubre registra la mayor interacción, tanto del primer periodo como del segundo, representando el 17,57% del total de la actividad de este segundo periodo. Seguimos observando que los sábados apenas registran actividad. Es un sábado (26 Octubre) el día en que menos actividad se registra durante el segundo periodo de estudio. Los viernes siguen siendo los días que más interacción generan pero pierden peso. Entre los dos viernes de este segundo

periodo se registran 49 interacciones representando el 12,12% del total de interacciones mientras que en el primer periodo representaban el 35,27% (primer periodo contaba con tres viernes por dos de este)

Con los dos primeros periodos de estudio en lo que a interacciones por día se refiere, se extrae que los viernes son los días con mayor actividad siendo propicios para poder tuitear por la interacción que generan y que esos tuits tuvieran impacto entre los seguidores. De igual manera podemos observar que en los sábados apenas existía interacción. Tenemos que tener presente que estos primeros días de estudio se corresponden a los primeros días de funcionamiento notable de la cuenta. Posteriormente, y conforme la cuenta iba creciendo y mejorando, se pudo comprobar que la cuenta tenía suficiente poder por sí sola como para producir un gran número de interacciones. Si al principio un tuit, una respuesta o un retuit que se hacía desde la cuenta apenas generaba interacción, en semanas posteriores, con un mayor volumen de seguidores, la cuenta era capaz de producir gran cantidad de interacciones en el momento en el que se tuiteaba sobre un tema o se le daba respuesta a un seguidor. Esto tuvo como consecuencia que aún teniendo presente que los viernes eran días propicios para generar impacto, no se tenía tanto en cuenta este dato.

Tabla 2. Interacciones por franja horaria del 4/10/13 al 20/10/13

Día	Franja Horaria			Interacciones
	<u>De 9 a 14</u>	<u>De 14 a 19</u>	<u>De 19 a 23</u>	
4	21	11	18	50
5	5	4	1	10
6	2	10	0	12
7	1	7	11	19
8	1	4	6	11
9	6	14	4	24
10	7	8	0	15
11	2	1	5	8
12	22	2	0	24
13	15	1	0	16
14	5	2	3	10
15	7	8	0	15
16	0	9	6	15
17	2	4	0	6
18	10	18	23	51
19	3	3	3	9
20	7	5	2	14
Total	116	111	82	309
%	37,54		35,92	26,53

Fuente: Elaboración propia (2013)

Esta tabla recoge las tres franjas horarias en las que se divide el estudio a lo largo de un día. De 9:00 de la mañana a 14:00 de la tarde, de 14:00 de la tarde a 19:00, y de 19:00 a 23:00 de la noche. Se anota por día las interacciones que han sucedido y cuantas se han producido en cada franja horaria. Se observa que hay días como el 4 de Octubre o el 12 de Octubre en los que simplemente en la primera franja horaria se registra más actividad o interacción que en otros días enteros. Analizando la tabla se aprecia que es la franja horaria que va de 9:00 de la mañana a 14:00 de la tarde la que mas actividad tiene. Representa un 37,54% del total. Hay que tener presente que la diferencia porcentual respecto a la segunda franja no es muy grande (1,62%), y aumenta respecto a la tercera (11,01%).

Tabla 2.1 Interacciones por franja horaria del 21/10/13 al 06/11/13

Día	Franja Horaria			Interacciones
	<u>De 9 a 14</u>	<u>De 14 a 19</u>	<u>De 19 a 23</u>	<u>Total</u>
21	4	3	11	18
22	3	7	0	10
23	1	6	4	11
24	13	24	34	71
25	22	4	4	30
26	4	1	1	5
27	0	11	29	40
28	12	8	14	34
29	19	11	4	34
30	11	3	2	16
31	8	10	0	18
1	7	7	5	19
2	1	3	6	10
3	4	2	1	7
4	6	5	0	11
5	36	2	9	47
6	17	9	1	27
Total	169	116	125	408
%	41,42%	28,43%	30,18%	

Fuente: Elaboración propia (2013)

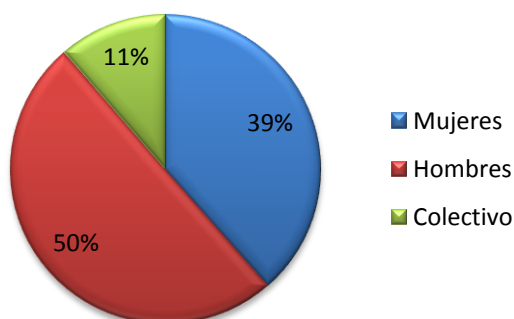
Durante el segundo periodo de estudio en cuanto a interacciones por franja horaria se refiere, observamos que la primera franja horaria sigue siendo la que más actividad registra incrementándose incluso y representando un 41,42% del total de interacciones a lo largo del día, es decir, crece un 3,88% respecto a la

primera franja del primer periodo de estudio. De igual manera, incrementa su distancia porcentual respecto a la segunda franja horaria, en el primer periodo de estudio un 1,62%, en el segundo un 12,99%. La tercera franja horaria supera a la segunda ahora en un 1,75% y mantiene una distancia casi idéntica (11,24%) respecto a la primera franja horaria que en el primer periodo (11.01).

Es decir, aquellos tuits que consideramos importantes, que queramos que lleguen al máximo de seguidores y que generen actividad, deben ser tuiteados los viernes dentro de la primera franja horaria

Con esta conclusión extraída sucedió lo mismo que con la primera derivada del primer gráfico. Válidas para las primeras semanas de trabajo con la cuenta, posteriormente tenían menos peso por el motivo citado: la capacidad de la cuenta por sí sola de generar interacciones en el día y hora que se eligiese.

Tabla 3. Interacciones en cuanto a sexo del 4/10/13 al 20/10/13



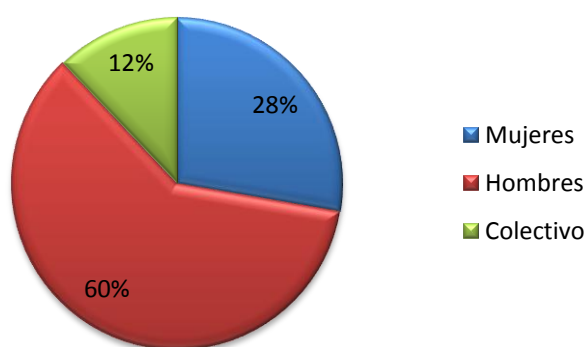
Fuente: Elaboración propia (2013)

Este tercer gráfico nos muestra, correspondiente al primer periodo de estudio, las interacciones en cuanto a sexo, es decir, por quien era generada una interacción. Observamos que la mitad de las interacciones producidas se corresponden al sexo masculino. En números brutos, ese 50% representa un total de 155 interacciones. En el caso del sexo femenino, el 39% responde a 119 interacciones mientras que los colectivos ocupan el último lugar con un

total de 35 interacciones. Recordar que por colectivo entendemos cualquier tipo de institución, agrupación, sociedad, partido político, ayuntamiento...

Remarcar en este apartado que uno de los factores principales de crecimiento de la cuenta fue el aumento porcentual de interacciones producidas por colectivos. Cabe explicar su importancia debido al hecho de que son los que de forma indirecta generan más impacto. Es decir, un tuit publicado llegará a más personas si es retuiteado por un colectivo antes que por una persona individual, a excepción de que esta persona tenga un gran número de seguidores o sea muy influyente entre sus seguidores. De entre los colectivos anotados en el periodo de estudio, destacar la presencia de Ayuntamientos generalmente de la ribera navarra interesados sobre todo en la información titulada en el seguimiento continuo Excel como "Seguridad Vial": "Información carreteras" y "campañas".

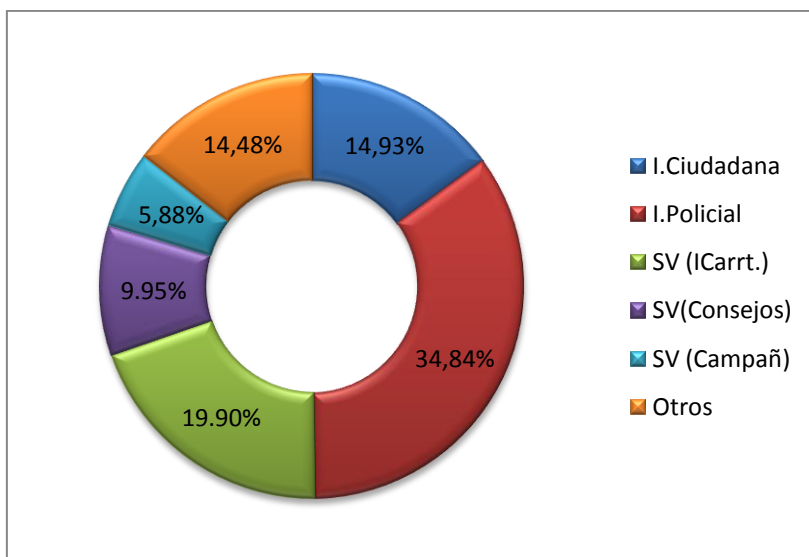
Tabla 3.2 Interacciones en cuanto a sexo del 21/10/13 al 06/11/13



Fuente: Elaboración propia (2013)

A su vez, el peso del género femenino en la cuenta decreció un 26,89% respecto a las interacciones en el segundo periodo de estudio terminando por confirmar el poco impacto que los seguidores femeninos tienen en la cuenta de Twitter de la Policía Foral.

Tabla 4. Interacción por tema del 4/10/13 al 20/10/13



Fuente: Elaboración propia (2013)

Se continúa con el gráfico de porcentaje de interacción por tema correspondiente como en los anteriores gráficos al primer periodo de estudio. En este gráfico recogemos el peso que cada categoría establecida y anteriormente explicada en el “análisis de seguimiento continuo Excel” tiene sobre el total de interacciones. El total de interacciones producidas por tema es de 221.

Observamos que la categoría que más interacción producía entre los seguidores del Twitter era la de Información Policial, es decir, todo lo relacionado con las intervenciones llevadas a cabo por la Policía Foral, exceptuando las relacionadas con la carretera, pues esas ya tienen una categoría propia. También debemos decir que es la categoría más mencionada junto con la de Seguridad Vial (información de carreteras).

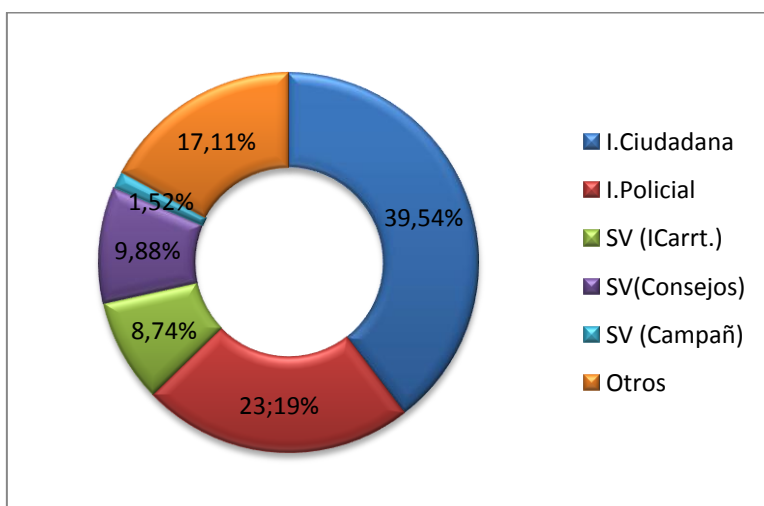
En segundo lugar se sitúa la Seguridad vial (Información de carreteras). Esta categoría solía tener mucha repercusión en días en los que las condiciones

climatológicas eran adversas. Mediante los resultados obtenidos se observa que a los seguidores les interesaba el estado de las carreteras y agradecían tener información rápida. Aquí los denominados colectivos (seguidores que pueden ser empresas, ayuntamientos, agrupaciones...) tienen importancia. Solían ser habituales en los retuits y favoritos de los tuits en los que se informa del estado de carreteras. Varios son los ayuntamientos que retuitean tuits en los que se mencionan carreteras que pasan por sus pueblos.

En tercer y cuarto lugar nos encontramos con Información Ciudadana (principalmente cualquier tipo de consejo) y Otros (cualquier tipo de información que no pueda encuadrarse dentro de las demás categorías; felicitaciones, agradecimientos...)

En quinto lugar está Seguridad Vial (consejos) y en sexto lugar y último: Seguridad Vial (Campañas). Esta última categoría era la menos “popular” entre los seguidores aunque no por ello quiere decir que no interese. Como dato curioso, era la que recibía más menciones negativas, principalmente quejas de los usuarios a los que les afectaba la campaña en cuestión.

Tabla 4.2. Interacción por actividad del 21/10/13 al 06/11/13



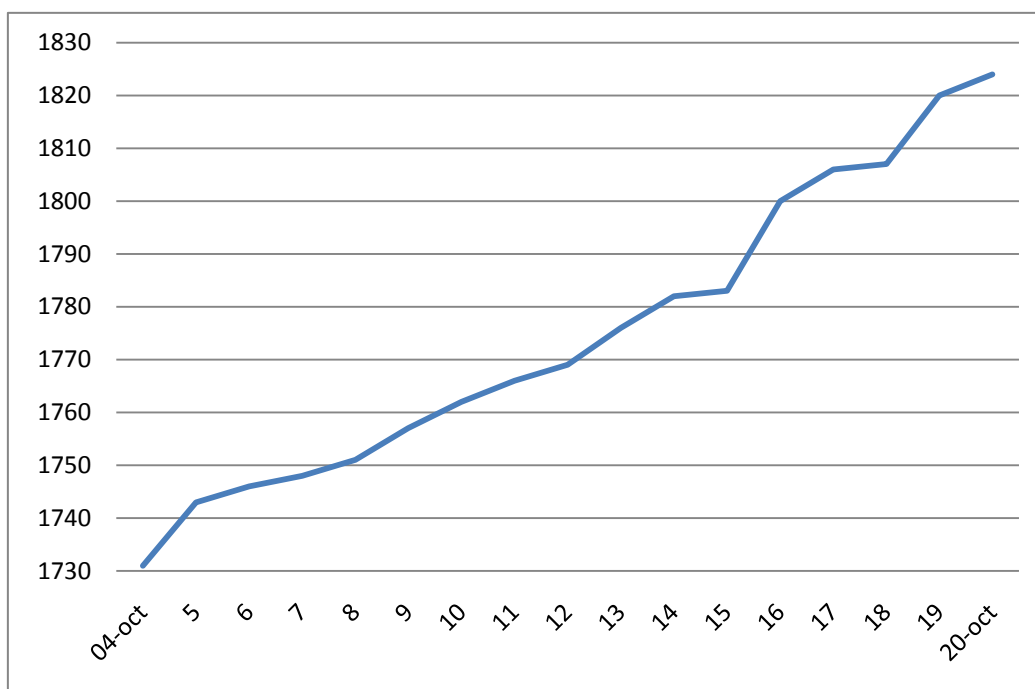
Fuente: Elaboración propia (2013)

En la evolución de estas categoría sobre el peso total de interacciones destaca sin duda alguna el crecimiento exponencial que tuvo la categoría de “Información ciudadana”, creciendo un 24,61% y la importante disminución de la categoría “Seguridad Vial: Información de carreteras”, disminuyendo en un 11,16%.

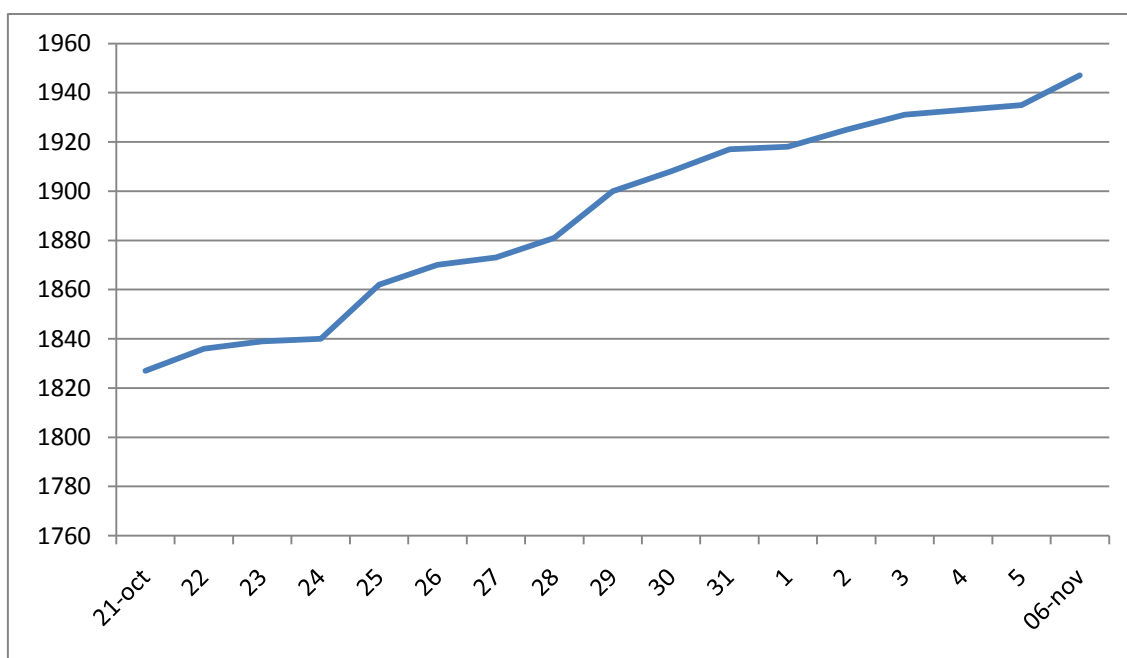
Mencionar de nuevo que en semanas posteriores a la recogida de estos datos, el aumento de actividad y del número de seguidores dio como resultado que la cuenta pudiera de igual manera, generar más interacción de una categoría u otra dependiendo de la naturaleza del tuit que se publicara.

Para finalizar, el último gráfico muestra la evolución del número de seguidores por día. Los días en los que mayor era el aumento del número de seguidores guardaban una relación directa con los días en los que mayor actividad se producía como pudieron ser el 4 de Octubre o el día 18.

Tabla 5. Seguidores por día del 4/10/13 al 20/10/13



Fuente: Elaboración propia (2013)

Tabla 5.2 Seguidores por día del 21/10/13 al 06/10/13

Fuente: Elaboración propia (2013)

En estos dos periodos de estudio la cuenta pasó de tener de 1731 seguidores a día 4 de Octubre a 1947, a 1947 el 6 de Noviembre. La evolución del número de seguidores de la cuenta de Twitter de la Policía Foral se ha incrementado notablemente hasta rondar, a día de hoy, la barrera de los 5000 seguidores.

4.1.2 Comprobación analítica

Este análisis se llevo a cabo con la aplicación informática “Topsy”. El objetivo de este segundo tipo de análisis era comprobatorio, es decir, observar si las interacciones que se producían desde la cuenta al exterior respondían a los puntos a seguir marcados por la línea de crecimiento establecida. Por este motivo, la duración de este análisis se limitó a una semana, en concreto a la fechas del 21 de Noviembre al 30 del mismo mes.

Para ello se anotaban por día los tuits que se publicaban, los retuits que se hacían y las respuestas dadas. Por otro lado, el análisis Topsy servía para ver por qué se mencionaba a la Policía Foral y qué grupo de usuarios lo hacía. El objetivo no era ejercer un control sobre los usuarios ni observar si se hablaba bien o mal de la Policía sino prestar atención a los motivos por los que se mencionaba. De esta manera, además de comprobar si seguían las pautas establecidas, se obtenía información acerca de los temas en los que se mencionaba a la Policía Foral, pudiendo de esta manera, elaborar tuits que respondieran a los temas en los que se aludía al cuerpo policial. Debemos recordar que en nuestro perfil de Twitter aparecen las menciones que nos realizan siempre y cuando se nos mencione con el símbolo arroba delante, es decir, @Policiaforalnav. Lo que esta aplicación consigue, es mostrar cualquier tipo de mención, en este caso a la Policía Foral, que no lleve delante el símbolo arroba anteriormente mencionado.

Los resultados a destacar de la utilización del Análisis Topsy fueron útiles. Por un lado se comprobó que se seguía con la línea de crecimiento establecida, y por otro se pudo observar dos puntos a subrayar. En primer lugar, muy pocos eran los usuarios que mencionaban a la Policía Foral sin situar el símbolo arroba delante y por otro lado, cuando se producía la mención sin arroba, los temas sobre los que versaba el comentario en el que se escribía “Policía Foral” eran variados. No podemos mencionar ninguno en concreto. Esto se debe principalmente a que muchas cuentas en Twitter que llevaban a cabo esta acción, eran cuentas pertenecientes a medios informativos que no se detenían a escribir “@Policiaforalnav” sino que simplemente escribían “Policía Foral”.

4.1.3 Línea de crecimiento

La elaboración de una estrategia de crecimiento de la cuenta de Twitter de la Policía Foral nació de la existencia de la disponibilidad de numerosa información relevante gracias a los gráficos y tablas estadísticas que se fueron construyendo. Cronológicamente hablando no se puede establecer una fecha concreta de introducción de esta línea de crecimiento puesto que los diversos

factores de los que se compone, y que a continuación se exponen, fueron implantándose paulatinamente.

Una de las más importantes características de esta línea de crecimiento tuvo que ver con dotar a la cuenta de una identidad propia muy marcada, que la diferenciara de otras cuentas policiales y de otras cuentas en Twitter pertenecientes a la Administración Pública. Podemos resumir las características identitarias introducidas y por las que hoy se conoce la cuenta en cuatro diferentes: carácter amistoso, informativo, por la respuesta rápida a las menciones de los seguidores y por emplear un lenguaje acorde a la red social en la que se encuentra.

La necesidad incipiente de ofrecer al seguidor de la cuenta un servicio destacado así como el poder acercar un cuerpo policial de tradición al ciudadano, fueron las dos principales razones que empujaron a introducir las características identitarias de la cuenta.

El carácter amistoso ha sido uno de los principales motivos de la evolución del número de seguidores. El hecho de encontrarnos en una cuenta, en primer lugar perteneciente al Gobierno de Navarra, y en segundo lugar, de carácter policial, no debe influenciar a la hora de tratar a los seguidores. De suma importancia es destacar que los seguidores de la cuenta son ciudadanos que mostrarán una opinión favorable o desfavorable respecto al trato recibido por parte de su policía. La introducción de emoticonos (caras sonrientes o caras guiñando un ojo) es totalmente admisible dado que nos encontramos en una red social que hace uso de ellos. No por tener un carácter amistoso o por la utilización de estos emoticonos, la cuenta pierde veracidad o seriedad.

En cuanto al carácter informativo, mencionar que es la naturaleza de la cuenta la que hace que se deba incidir en ella. Con carácter informativo no solo nos referimos a la publicación de tuits que tengan que ver con las categorías recogidas en el Análisis de seguimiento continuo Excel, (“Información Policial”, “Información ciudadana”, “Seguridad Vial”...) sino también con mostrar ciertas actividades policiales menos conocidas o el día a día del policía. El seguidor agradece ese signo de apertura de una institución que tradicionalmente no ha estado abierta, por diferentes causas, a llevar a cabo actividades para darse a

conocer. Ejemplos de este tipo tienen que ver con la publicación de tuits que se realizaron en los que se mostraba, por ejemplo, la incorporación de nuevos perros. Esos tuits iban acompañados de fotografías en los que se mostraba al perro en cuestión o los tuits en los que se animaba a los seguidores a que mandaran fotografías de carreteras cortadas o inundaciones para poder ilustrar con ejemplos lo que en ciertos momentos estaba sucediendo.

La respuesta rápida a las preguntas o peticiones de los seguidores fue una constante a lo largo de la gestión de la cuenta. Con frecuencia se olvida, por parte de los órganos de la Administración Pública que tienen presencia en redes sociales, que los seguidores de esas cuentas son ciudadanos. Por ello, caracterizarse por una rápida y eficaz respuesta, debía tener un carácter obligatorio permanente.

Haciendo referencia al lenguaje empleado, cabe citar que ha sido el signo identitario más diferenciador de la cuenta. Fue un proceso lento y costoso la consolidación total de este nuevo lenguaje a emplear. Entre las características que definen este lenguaje se encuentran el empleo del uso de mayúsculas para recalcar lo escrito, la acotación de palabras siempre que fuera estrictamente necesario, el uso de signos de exclamación...

La publicación de fotografías también fue uno de los puntos de los que constaba la línea de crecimiento. Dotar a la cuenta de un carácter más visual en una red social en la que prima la inmediatez de información así como la lectura rápida de la misma fue totalmente necesario.

5. CONCLUSIONES

Los diferentes resultados que se han obtenido del análisis de la cuenta de Twitter de la Policía Foral establecen una serie de deducciones acerca de los casos hipotéticos previamente planteados al estudio.

La cuenta de Twitter de la Policía Foral ha permitido un acercamiento del cuerpo policial al ciudadano. Uno de los datos que nos permiten realizar esta afirmación no solo es el volumen de interacción creciente o el progresivo

aumento del número de seguidores sino también, las muestras de agradecimiento por parte de los seguidores de la cuenta ante informaciones “tuiteadas” o las propuestas de visita planteadas, tanto por parte de la propia policía como de seguidores, a las instalaciones de la Policía Foral. Otros factores también han ayudado a posibilitar este acercamiento: la publicación de fotografías mostrando actividades policiales, la descripción desde la cuenta de actividades propias de la policía menos conocidas o el lenguaje amistoso y cercano empleado.

Esto enlaza directamente con la siguiente hipótesis planteada, podemos decir que la cuenta sí es una herramienta fundamental de transmisión de información. Prueba de ello son las numerosas campañas de seguridad que se publican informando cómo se van a llevar a cabo, cuando dan comienzo, a qué tipo de vehículos afecta, cuando finaliza... También proporciona otra ventaja como es la inmediatez de notificaciones por parte de los ciudadanos ante problemas existentes. Frente a balsas de agua en la carretera, animales sueltos o peligros de diversos tipos, los seguidores de la cuenta “tuitean” esa información a la cuenta de la Policía Foral, alertando del peligro e informando de las características del mismo. Es decir, se puede afirmar que la cuenta de Twitter de la Policía Foral se ha convertido en una herramienta de información bidireccional, información suministrada tanto del cuerpo policial a la ciudadanía, como de la ciudadanía al cuerpo policial, que destaca por su sencillez, rapidez y utilidad

Del uso específico de la cuenta, que el mayor volumen de interacción suponga un mayor grado de implicación y profesionalidad para ser llevada no se puede verificar totalmente. Claro está que es necesario disponer de mayores recursos para atender las posibles preguntas de los seguidores pero no podemos afirmar que ha existido una mayor dotación de recursos tanto técnicos como humanos para seguir gestionando la cuenta que permitiera atenderla con buenos resultados. Para poder verificarlo realmente, sería necesario realizar actualmente un análisis diario de la cuenta, establecer una serie de ítems en los que se destacaran puntos relacionados con la buena gestión de la misma como: respuesta rápida y eficaz, uso del lenguaje de acuerdo a la red social,

claridad en información publicada, carácter amistoso... y observar si realmente se verifican.

En cuanto a la presencia mayoritaria de hombres entre los seguidores de la cuenta, se puede decir que se verifica la hipótesis planteada. El gráfico expuesto muestra que durante el primer periodo de estudio los hombres representaban el cincuenta por ciento de los seguidores de la cuenta, es decir, exactamente la mitad. Durante el segundo periodo de estudio, el porcentaje aumentó un diez por ciento situando el porcentaje de seguidores masculinos en la cuenta de Twitter de la Policía Foral en un sesenta por ciento.

Debemos considerar que el lenguaje empleado en la cuenta ha sido uno de los factores fundamentales a la hora de construir su identidad. El lenguaje ameno, coloquial, sencillo, informal, cercano, amistoso... ha contribuido no solo en la construcción de la identidad de la cuenta sino también, en la captación de seguidores y en el acercamiento del estamento policial al ciudadano. Podemos afirmar que las informaciones publicadas no han perdido veracidad alguna por no estar redactadas con las características propias de un lenguaje institucional. Esto no quiere decir de ninguna manera que no se hayan atendido las normas propias de la escritura sino que se ha optado por utilizar un lenguaje atractivo y fácilmente comprensible, regla básica por otra parte a cumplir dentro de la red social en la que nos encontramos, en este caso Twitter.

Para terminar, un análisis actual de la cuenta de Twitter analizando los mismos factores que en este estudio se han mostrado, serviría para poder comprobar la evolución de la cuenta y atender, una vez visualizados los resultados, aquellos puntos que no han progresado proporcionalmente al resto. La posible corrección de esos puntos a mejorar se traduciría en un mejor servicio por parte de una cuenta oficial de policía de cara al ciudadano, en este caso, un mejor servicio de la cuenta de Twitter de la Policía Foral.

Las posibilidades que las redes sociales ofrecen hoy en día deben de ser exprimidas al máximo por la Administración Pública. La profesionalización con la que se gestione la presencia de las instituciones en la red influirá directamente en la calidad del servicio ofrecido al ciudadano. Aspecto este a destacar; entender que el usuario que se encuentra al otro lado de la pantalla

es un ciudadano, es primordial a la hora de tratar las posibles gestiones requeridas por la cuenta. Si se decide tener presencia en redes sociales, la profesionalización requerida para atender a los ciudadanos que hagan uso de este nuevo canal de servicio tiene que ser correcta en todo momento. Los usuarios no satisfechos con el servicio ofrecido serán ciudadanos descontentos con el trabajo de la Administración Pública.

Referencias bibliográficas

Castells, M. (2000). *La Sociedad Red*. Madrid: Alianza

Moreno, I. (2002). *Musas y nuevas tecnologías. El relato hipermedia*. Barcelona: Ediciones Paidós

Orihuela, J.L. (2011). *Mundo Twitter*. Barcelona: Alienta

Reig, D. (2012). *Socionomía, ¿vas a perderte la revolución social?* Barcelona: Deusto

Chapman, R.; Hunt, M. (2006). *Open government in a Theoretical and Practical Context*. [Disponible parcialmente en (27/05/2014): http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ko4yOw-O90UC&oi=fnd&pg=PR7&dq=chapman+and+hunt+open+government&ots=kO OmDoUViC&sig=8biYAYdL8Z7E8kyEDo_aWSmPhGM#v=onepage&q=chapman%20and%20hunt%20open%20government&f=false]

Levine, R.; Locke, C.; Searls, L.; Weinberger, D.; Jake, M. (1999). *The Cluetrain Manifiesto*. [Disponible en (26/05/2014): <http://www.cluetrain.com/>]

Merodio, J. (2010). *Marketing en redes sociales. Mensajes de empresa para gente selectiva*. [Disponible en (26/05/2014): <http://www.bubok.es/libro/detalles/191596/Marketing-en-Redes-Sociales-Mensajes-de-empresa-para-gente-selectiva>]

O'Reilly, T.;Milstein. (2009). *The Twitter Book*. [Disponible en (26/05/2014): <http://it-ebooks.info/book/159/>]

O'Reilly, Battelle,J. (2009). *What´s next for Web 2.0?* [Disponible en (27/05/2014): <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>]

Ramirez.A (2011). *Gobierno abierto y modernización de la gestión pública: tendencias actuales y el (inevitable) camino que viene. Reflexiones seminales.* [Disponible en (27/05/2014): http://www.academia.edu/1196454/Gobierno_abierto_y_modernizacion_de_la_gestion_publica._Tendencias_actuales_y_el_inevitable_camino_que_viene._Reflexiones_seminales]

Anexos

- **Comprobación analítica (Análisis Topsy)**

Jueves 21 de Noviembre

Comienza el día con 2561 seguidores y termina con 2583

Se publican cuatro tuits:

- a) Por favor, mucho cuidado al pasar fotos: "Yo espejito" . Nunca sabes a quién les va a llegar. [#seguridadenlasredessociales](#)
- b) El aquaplaning NO es hacer un buen plan de piscina,playa o aquapark:es perder el control de tu coche.¡Cuidado con la [#lluvia!](#) [#seguridadvial](#)
- c) ¿ Sabías que una de las formas más utilizadas por los ladrones es acceder a la viviendas por el jardín? Protege bien tus joyas y dinero
- d) Van 2 coreanos,1 moldava y 1 americana por el Camino de Santiago y se pierden...Bomberos los han encontrado en una chabola de cazadores.

Se produce un retuit:

- a) Las instituciones también están en la red. [@Tsjn](#) [@CamaraDeComptos](#) [@PoliciaForalNav](#) y [@NavarraGob](#) en [#MeImportasTú](#) [_youtube.com/watch?v=spiXSh...](#)

Se producen tres respuestas:

- a) [@GuilleBS](#) habrá que estar atentos a los caudales,sí,no tiene pinta de dejar de llover...
- b) [@carlossuescun1](#) nada,tus parientes pueden estar tranquilos..
- c) [@AlbadeNavarra](#) Hubiera sido buen chiste de no ser por la peligrosa situación meteorológica de la zona,es un gran riesgo.Saludos!

Topsy: Se registra una mención

- a) [SanguesaDigital.com](#) [@sangesadigital](#)
Policía Foral comparte su comisaría con Policía Municipal [sangesadigital.com/noticias/notic...](#) [#Sangüesa#Navarra](#)

Viernes 22 de Noviembre

Comienza el día con 2591 seguidores y termina con 2638

Se publican seis tuits:

- a) Este [#finde](#) intensificaremos los controles de [#drogas](#) en conductores en [#Navarra](#).No arruines tu vida,y mucho menos la de a otros cc [@twitFAD](#)
- b) Recordar que es primordial cumplir las normas de tráfico es algo estúpido. Pero más estúpido es no cumplirlas y que te lleven por delante.
- c) Atención conductor: carretera N-113 a la altura del puente sobre el Ebro [#Castejón](#) queda cortada, utiliza vía alternativa. [#Ribera](#)
- d) Así nos ha visto 1 alumna de [@ColegioEIRedin](#). La hemos modificado para que se aprecie qué es cada cosa,¡qué artista!
- e) Hoy a las 2100 valladolid [#osasuna](#). Si acudes a valladolid, respeta las señales de tráfico, especialmente la velocidad.

- f) Desprendimiento de tierra, piedras y árboles en la calzada de la NA-120 pk. 29 (Lizarraga) la vía queda cortada al tráfico [#seguridadvial](#)

Se produce un retuit:

- a) [@policiaforalnav](#) La causa del problema de hoy en Castejon.
[pic.twitter.com/h5sAdute6E](#)

Se producen cinco respuestas:

- a) [@Neniques](#) Hola. La norma de referencia es la LO 1/92. Puedes consultar los hechos, criterios y principios en [boe.es/buscar/pdf/199](#)... Saludos
b) [@romarda](#) Bueno, si sirve para que se lea y la gente piense sobre ello, ¡objetivo conseguido! Saludos
c) [@JoseLuisSanz8](#) según primeras informaciones, algún problema con alguna junta de dilatación. Saludos.
d) [@ismaelu1983](#) [@RadioTudela](#) No, es algo relacionado con el mantenimiento, nada grave. Saludos.
e) [@RubiaJoni](#) pues así más o menos: casco, luces, reflectante, timbre. Cuantos más elementos de seguridad, mejor! Saludos

Topsy: se registran dos menciones

- a) [Aritz Ezkiaga](#) [@aezkiaga](#)
Hay mas guardia civil y policia nacional que foral. A eso le llamo yo defender [#navarra](#)...(ironia)
b) [dangerzoneCoD](#) [@dangerzonecod](#)
I liked a [@YouTube](#) video from [@ateakireki](#) [youtu.be/qdYLPTT-TcU?a](#) [#GrebaOrokorra](#): Policia Foral carga durante la manifestación

Sábado 23 de Noviembre

Comienza el día con 2639 seguidores y termina con 2643

Se publica un tuit:

- a) Cuando te quitan puntos es que has puesto en peligro la [#SeguridadVial](#). No solo pierdes tú: perdemos todos. Respeta las normas.

Se producen cero retuits

Se producen dos respuestas:

- a) [@SameeSick](#) si el trato ha sido incorrecto, puedes acercarte a nuestras Oficinas de Atención Policial y presentar una queja. Se estudiará. Salu2
b) [@virutin73](#) Gracias por la foto, pasamos la información a los compañeros de la zona. Saludos

Topsy: se registran cero menciones

Domingo 24 de Noviembre

Comienza el día con 2643 y termina con 2659

Se publican tres tuits:

-
- a) Cuando te quitan puntos es que has puesto en peligro la [#SeguridadVial](#). No solo pierdes tú; perdemos todos. Respeta las normas.
 - b) Instalar un manos libres en el coche es más barato que pagar la multa. ¡No te la juegues!
 - c) Dos varones de 27 y 26 años fallecen en un accidente de tráfico en la carretera N-121, en Olóriz <http://bit.ly/1cJ2E1H>

Se producen cero retuits

Se producen tres respuestas:

- a) [@SameeSick](#) si el trato ha sido incorrecto, puedes acercarte a nuestras Oficinas de Atención Policial y presentar una queja. Se estudiará. Salu2
- b) [@virutin73](#) Gracias por la foto, pasamos la información a los compañeros de la zona. Saludos
- c) [@gorkineko](#) Es buena idea, igual en el futuro es obligatorio, como en algunos países lo es llevar cámaras de videgrabación en los coches. Salu2

Topsy: se registran dos menciones

- a) [JC Herrera](#) [@castiherrera](#)

A mi también "[@svetav1](#)": Me ha gustado un vídeo de [@YouTube](#) (youtu.be/tG4gqfucwrl?a - gie policia foral)."

- b) [Rubén](#) [@neburanips3](#)

Sueldo aproximado de un policía recién salido de la academia; Ertzaintza 1850, Mosso 1750, Foral 1700, Policía 1500 y GC 1400.

Lunes 25 de Noviembre

Comienza el día con 2661 y termina con 2672

Se publican 3 tuits:

- Hoy, día Internacional para la eliminación de la violencia contra la mujer. DENUNCIA 112
- En Policía Foral seguimos trabajando contra esta lacra. Ante maltratadores y acosadores [#ToleranciaCero](#). Reacciona, no esperes más y denuncia
- Las infracciones de los peatones centran la nueva campaña de control del tráfico de las policías de Navarra <http://bit.ly/1ekB5Nx>

Se producen cero retuits.

Se producen dos respuestas:

- [@ini_go](#) Marcarlo como spam. Si crees que es una estafa, puedes presentar denuncia en cualquiera de nuestras comisarías, o de otro cuerpo. Salu2
- [@ElBunkerSI](#) Pues sí, parece que es un estacionamiento poco cívico. Si nos avisas en el momento por teléfono, podemos intentar remediarlo. Saludo

Topsy: cero menciones

Martes 26 de Noviembre

Comienza el día con 2672 y termina con 2680

Se publican 2 tuits:

- ¿Sabes? Circular por la noche sin luces supone multa. ¡Enciéndelas! ¡Ten luces! No cuesta nada y ganas mucho [#SeguridadVial](#)
- Si vives en un bajo, adosado o similar toma medidas para que no accedan los cacos por jardines o terrazas. Estas fechas extrema precauciones

Se producen cero retuits

Se produce una respuesta:

- [@Ja_Ancin](#) Sí, de día también es muy recomendable, así podemos ver a otros vehículos mucho antes y se evitan accidentes. Saludo

Análisis Topsy: no se registran menciones

Miércoles 27 de Noviembre

Empieza con 2680 y termina con 2688

Se publican 6 tuits:

- Conductor, cuidado en zonas de sombra, ¡puede seguir habiendo hielo a pesar de ser un día soleado y jugarte una mala pasada! [#SeguridadVial](#)
- Peatón: si quieres llegar al otro lado, deja por un momento el móvil aparte. ¡Ya tendrás tiempo de seguir cuando cruces!
http://www.navarra.es/home_es/Actualidad/Sala+de+prensa/Noticias+de+seguridad+publica/2013/11/25/policias+navarra+control+trafico+peatones+estrategia+navarra+seguridad+vial+policia+foral+guardia+ci.htm...
- Para el ciclista que nunca obedece al semáforo: ¡la luz roja también es para ti! Si sigues así, algún día te desgraciars o te desgraciarán...
- Para el conductor de coche que odia los ciclistas: ¡hay q convivir! Respeta la distancia, ellos tienen todas las de perder... y tú las de paga
- Sabes que un peatón atropellado a 50 km/h tiene un 80% de riesgo de morir, y a 30 km/h se reduce a un 10%. A más de 80 km/h no le salva ni...
- Peatón, cruza siempre como los cangrejos: mirando a los lados. Y no te relajes: ya sabes que cuando nos confiamos, las cosas salen mal...

Se producen cero retuits

Se producen 8 respuestas:

- [@romarda](#) Cerrar todas las ventanas y puertas del jardín, instalar una valla o seto que dificulte el acceso, colocar iluminación... Saludos.

- [@ElnavarruUsu](#) Claro que es un buen aliado, y necesario para detectar intrusiones, porque la policía no puede estar en todos lados. Saludos.
- [@utsalako](#) La policía no somos ninguna excepción. Saludos
- [@ACalvoFer](#) [@PaquiPastor](#) Sí, esa esa nuestra parte; pero aunque fuéramos mil más, no podríamos estar en todos lados. Saludos.
- [@romarda](#) Pues tendremos que intentar las que sí son posibles, qué se le va a hacer.
- [@gorkineko](#) Pues sí, hace tiempo hubo varios casos. Lamentablemente, es una planta silvestre, difícil/imposible erradicarla, mejor la prevención..
- [@demartinmas](#) Pues sí, nos imaginamos el mal cuerpo que se queda uno con estas cosas. Esperemos que las investigaciones sean productivas. Ánimo
- [@xabiertudela](#) A cualquiera de nuestras oficinas de atención al ciudadano. Por ejemplo, a la de Tudela. Saludos

Analisis Topsy: se registran 3 menciones

- Morrás dice que el expediente al presidente de personal de la Policía Foral tendrá "todas las garantías" [#Navarra](#) bit.ly/18HpaJa
- Concentración por la libertad de expresión y sindical en la policía foral frente al palacio de [#Navarra](#) pic.twitter.com/8H5uuFwZg8
- [@Comunase](#) Ojo q yo he visto a la Policía foral de Navarra tomar una rotonda al revés en una persecución para cortar el paso. O.o En Tudela.

Jueves 28 de Noviembre

Empieza con 2688 y termina con 2693

Se publican 5 tuits:

- Ayer en [#Navarra](#) 3 jabalís, 1 ciervo y 1 corzo atropellados. Si el animal es pequeño, evitar dar volantazo. Si es grande, intenta esquivarlo.
- No comentar con desconocidos los viajes y disimular en la vivienda las ausencias, consejos para evitar robos [.bit.ly/1cP5gLk](https://bit.ly/1cP5gLk)
- Contra las drogas, desde la juventud y la educación. El próximo día 4 PF con los alumnos del IES Pablo Sarasate de Lodosa.
- Mañana, festivo en Pamplona. Si tienes pensado salir hoy de juerga, piensa también cómo vas a volver: [@MCP_info](#) o [@taxipamplona](#), por ejemplo
- –Buff qué mal me encuengstfgfd... Hoy, bebe con moderación. Ni [@cruzrojanavarra](#), [@DYANavarra](#), tus amigos o nosotros queremos traerte a la vuelta

Se produce un retuit:

- [@policiaforalnav](#) [@Navarra_Tv](#) Conducir con el sol tan bajo es muy peligroso, te ciega, precaución (foto de copiloto) pic.twitter.com/BurlhQTgza

Se producen cinco respuestas:

- [@latxistorra](#) [@policia](#) Ni caso a estas historietas. Sí es bueno llamar a la policía, desde luego, pero el resto es literatura. Saludos
- [@romarda](#) [@albertoelmotoero](#) sí, por ahí iban los tiros..
- [@dimelopez](#) pues sí, hay que tener muchísimo cuidado. El copiloto puede ser ayuda muy útil en esos momentos. Saludos
- [@romarda](#) No, el asunto lo lleva Guardia Civil. Saludos

Analisis Topsy: cero menciones

Viernes 29 de Noviembre

Empieza el día con 2694 y termina con 2700

Se publican 2 tuits:

Conductor: si quieres saber las incidencias que hay en la vía, este enlace es muy útil: [_navarra.es/appsext/inccar....](https://navarra.es/appsext/inccar) ¡Buen viaje!

Vandalismo en Pamplona. Esto no es diversión. Si ves a alguien haciendo este tipo de cosas, ¡denuncia! pic.twitter.com/mK00k8IXT

Se producen cero retuits

Se produce una respuesta:

Lo sentimos, pero no debemos ni queremos pronunciarnos sobre este tipo de asuntos. Esperamos que lo entiendas, saludos

Análisis Topsy: se registran 3 menciones

- **Pablo Huegun** @pablohuegun
[@RadarPamplona](#) Radar de la policía foral en la Ronda este a la altura de la gasolinera Shell de Mutilva baja dirección Francia.
- **ricardo** @ritxizuri
Denunció la clínica, reconocido por antiabortistas y policía foral lo va investigar? partidismo diariodenavarra.es/noticias/navar... vía [@diariodenavarra](#)
- **sara armendariz** @sara_arm
[@General RE Lee](#) ¿tan malos somos que no es suficiente con la Policía Nacional, Foral, Guardia Civil, Mossos y resto de cuerpos del estado?

- **Análisis de seguimiento continuo Excel**

(Capturas de pantalla de días aleatorios)

	A	B	C	D	E	F	G
74	17:15	retweet	info policial	*			
75	11:41	tweet	info policial		07-oct		1748lunes
76	14:02	tweet	info policial				
77	14:03	retweet	info policial	*			
78	18:28	tweet	info policial				
79	18:29	favorito	info policial	*			
80	18:29	retweet	info policial	masc			
81	18:49	seguidor		masc			
82	18:50	menCIÓN	info policial	masc			
83	19:16	retweet	info policial	masc			
84	19:25	retweet	info policial	feme			
85	19:27	retweet	info policial	feme			
86	19:27	retweet	info policial	feme			
87	20:12	retweet	info policial	feme			
88	20:12	retweet	info policial	feme			
89	20:12	retweet	info policial	feme			
90	20:34	retweet	info policial	feme			
91	20:36	retweet	info policial	*			
92	23:24	seguidor		feme			
93	23:37	seguidor		feme			
94	11:47	seguidor -1			08-oct		1751 martes
95	14:53	tweet	info policial				
96	14:57	retweet	info policial	feme			

Policia foral up1 - Microsoft Excel

Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista

Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

	A	B	C	D	E	F	G
604	9:54	tweet	info ciudadana		01-nov	1918	viernes
605	9:57	seguidor		feme			
606	9:59	mención	info ciudadana	masc			
607	10:23	retweet	info ciudadana	masc			
608	11:30	retweet	info ciudadana				
609	11:39	seguidor		feme			
610	12:12	seguidor		feme			
611	16:32	tweet	info policial				
612	16:34	seguidor		feme			
613	16:45	retweet	info policial	masc			
614	16:45	favorito	info policial	*			
615	17:02	retweet	info policial	*			
616	17:03	retweet	info policial	*			
617	17:12	seguidor		masc			
618	17:20	seguidor		masc			
619	19:12	tweet	info policial				
620	20:31	retweet	info policial	masc			
621	21:00	retweet	info policial	masc			
622	21:12	seguidor		masc			
623	12:18	seguidor		masc	02-nov	1925	sábado
624	14:20	seguidor		feme			
625	15:09	seguidor		masc			
626	17:27	seguidor		masc			

Hoja1 Hoja2 Hoja3

130%

ES 20:59 02/06/2014
